Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины

Факультет психологии и педагогики

Кафедра психологии

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой психологии

_____ И.В. Сильченко

__ _____ 2019 г.

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета психологии и педагогики

_____В.А. Бейзеров

__ _____ 2019 г.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ», РАЗДЕЛ «СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ»

для специальности 1-86 01 01-02 Социальная работа (социально-психологическая деятельность)

Составитель: И.В. Сильченко, кандидат психологических наук, доцент

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического совета университета __ _____ 2019 г., протокол № ___

СОДЕРЖАНИЕ ЭУМК

1. Теоретический раздел: тексты лекций

1.1 Социальная психология как наука и сфера практической деятельности
1.2 Методология и методы социально – психологического исследования
1.3. Проблема личности в социальной психологии. Самость и Я -концепция личности
1.4 Социализация личности: социально - психологический аспект
1.5 Социальное познание личности
1.6 Социальное объяснение
1.7 Поведение личности и установка.
1.8 Просоциальное и агрессивное поведение
1.9 Общение как организация и процесс взаимодействия между субъектами
1.10 Общение как обмен информацией между субъектами
1.11 Общение как процесс восприятия и познания людьми друг друга
1.12 Малая группа как социально - психологический феномен
1.13 Взаимодействие индивида и малой группы. Феномены малой группы.
1.14 Психология больших социальных групп
1.15 Современные проблемы прикладной социальной психологии

2 Практический раздел: планы семинарских занятий и материалы для них

3 Раздел контроля знаний
3.1 Тестовые задания для текущего контроля знаний
3.2 Список вопросов для экзамена
4 Вспомогательный раздел
4.1.Учебно-методическая карта дисциплины
4.2 Список рекомендуемой литературы

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Социальная психология» как раздел модуля государственного компонента цикла специальных дисциплин «Психологические основы социальной работы» является фундаментальной научной дисциплиной, которая опирается на результаты теоретических и эмпирических исследований, выявляющих закономерности и тенденции, методологические и теоретические основания, подходы, методы, основные понятия и категории социальной психологии.

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) по дисциплине «Социальная психология» предназначен для управления и самоуправления учебной деятельностью, направленной на изучение данной дисциплины и будет способствовать развитию социально-профессиональной подготовки студента и активизации роли обучаемого в процессе обучения.

Основной *целью* создания электронного учебно-методического комплекса (ЭУМК) по данной учебной дисциплине является овладение студентами современными знаниями о социально-психологических явлениях и феноменах; формирование у будущих специалистов по социальной работе гуманитарных установок и профессиональных навыков оказания социально-психологической помощи населению.

Задачами ЭУМК являются:

- изучение специфики и своеобразия феноменов социальной жизни людей;
- формирование системы знаний об источниках и условиях возникновения, формирования, развития и функционирования социально-психологических явлений и процессов, об их влиянии на развитие личности и поведение людей, включенных в различные социальные общности;
- определение наиболее значимых особенностей и отличий социально-психологических явлений и процессов от других психологических и социальных феноменов;
- изучение закономерностей социально-психологических явлений и процессов в различных социальных условиях;
- изучение социально-психологических аспектов взаимодействия, общения и взаимоотношений людей, а также факторов, обусловливающих специфику и эффективность их совместной деятельности;
- изучение социально-психологических характеристик личности и своеобразия ее социализации в различных общностях и социальных условиях;
– раскрытие особенностей больших и малых социальных групп, специфики проявления мотивационных, интеллектуально-познавательных, эмоциональных и коммуникативно-поведенческих особенностей людей, входящих в них;
- овладение основными методами социальной психологии и спецификой их применения в профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины с помощью ЭУМК *студент должен:*

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть методами системного и сравнительного анализа.

АК-3. Владеть навыками научных прикладных исследований.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способным вырабатывать новые идеи, обладать креативностью.

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств.

АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

СЛК-1. Иметь мировоззрение гражданина.

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике (критическое мышление).

СЛК-6. Уметь работать в команде.

СЛК-7. Владеть способностью формирования этического сознания.

Специалист должен быть способен:

ПК-10. Диагностировать психологические особенности и уровень психического развития личности, неблагоприятные психические состояния и провоцирующие их факторы.

ПК-11. Осуществлять социально-психологическое консультирование.

ПК-12. Организовывать и осуществлять социально-психологическую реадаптацию и ресоциализацию граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации.

ПК-13. Осуществлять психологическую коррекцию поведенческих девиаций, кризисных, суицидоопасных и других неблагоприятных психических состояний.

ПК-14. Осуществлять коррекционно-развивающую работу с различными категориями населения.

ПК-15. Организовывать и проводить социально-психологическое исследование.

ПК-42. Внедрять новые информационные технологии в реализации социальных проектов и программ в материальной и нематериальной сфере, использовать современные методы анализа и прогнозирования повышения эффективности социальной защиты и социального обслуживания населения.

ПК-43. Разрабатывать инновационные подходы в решении возникающих на разных этапах развития общества социальных проблем.

ПК-44. Планировать и проводить экспериментальную апробацию инновационных идей, способствующих повышению результативности социальной деятельности.

Студент должен знать:

– роль и место социально-психологического знания в практической деятельности специалиста по социальной работе;

− особенности познания, общения и взаимодействия людей, обусловливающие специфику и эффективность совместной деятельности; − специфику социально-психологических явлений и процессов, возникающих в социальных группах, их влияние на поведение, общение и взаимодействие людей в группе;

− структурные и динамические характеристики больших и малых социальных групп;

− основные методы социальной психологии и специфику их применения в профессиональной деятельности;

− социально-психологические характеристики личности и особенности ее социализации в различных общностях и социальных условиях;

В результате изучения данной дисциплины с помощью ЭУМК студент должен *уметь:*

– планировать и проводить социально-психологическое исследование и диагностику

– объяснять социально-психологические процессы и явления;

– планировать и проводить исследование в области социальной психологии.

В результате изучения данной дисциплины с помощью ЭУМК студент должен *владеть:*

− методологией социально-психологического анализа;

− методами социально-психологической диагностики.

Данный ЭУМК содержит разделы: теоретический (курс лекций по всем изучаемым темам), практический (планы семинарских и практических занятий и материалы для них), контроля знаний (тестовые задания для текущего контроля знаний и список вопросов для итогового контроля знаний – экзамена), вспомогательный (учебно-методическая карта дисциплины и список рекомендуемой литературы). Он предназначен для студентов дневной и заочной форм обучения 1-86 01 01-02 Социальная работа (социально-психологическая деятельность)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ
(курс лекций)

Тема 1 Социальная психология как наука и сфера практической деятельности

1. ***Основные стадии становления социальной психологии как научной отрасли.***

2. Направления и школы современной зарубежной социальной психологии

3. История становления и развития отечественной социальной психологии

4. Предмет социальной психологии

1. ***Основные стадии становления социальной психологии как научной отрасли.***

Для четкого представления о существе социальной психологии как науки следует рассмотреть историю развития социально-психологической мысли. СП можно считать самой древней областью знаний. На это указывает история первобытных обществ. Как только люди начали объединяться в первобытные сообщества (семьи, роды, племена), возникла необходимость во взаимопонимании, в умении строить и регулировать отношения внутри сообществ и между ними. Из поколения в поколение передавались обряды, ритуалы, табу, выступавшие в роли регуляторов общественной жизни людей. Эти знания составляли первоначальную основу сведений о социально-психологических явлениях. Следовательно, с этого момента человеческой истории в виде примитивных обыденных представлений началась и социальная психология. На этом, *донаучном* этапе развития социальной психологии знания, воззрения и их практическое применение были слиты и составляли единое целое.

В процессе развития человеческой мысли и практики большинство социально-психологических проблем было осознано в рамках философских воззрений. Этот этап формирования социально-психологических знаний условно обозначают как *философский*. Для мыслителей античного времени, было обычным стремление строить глобальные теории, которые включали в себя суждения о человеке и его душе, об обществе и его социальном и политическом устройстве и о мироздании в целом. Так, Платон (У в. до н. э.) видел единые начала для души и общества-государства. Разумное у человека — совещательное у государства (представленное правителями и философами); «яростное» в душе (на современном языке — эмоции) — защитное у государства (представленное воинами); «вожделеющее» в душе (то есть потребности) — земледельцы, ремесленники и торговцы в государстве. Три исходных начала у Платона вполне оправданно могут породить ассоциацию с современными представлениями о трех компонентах социальной установки - когнитивном, эмоционально-оценочном и поведенческом.

Аристотель (IV в. до н. э.) в качестве основной категории в системе своих взглядов выделил, как мы сказали бы сегодня, понятие «общение», полагая, что

это инстинктивное свойство человека, составляющее необходимое условие его существования. Правда, общение у Аристотеля имело более широкое содержание по сравнению с этим понятием в современной психологии Оно означало потребность человека жить в сообществе с другими людьми. Поэтому первичной формой общения для Аристотеля была семья, а высшей формой — государство. Идеи Аристотеля перекликаются с современной концепцией потребности людей в социальной идентификации и категоризации (Х. Тэжфел, Д. Тернер и др.) или с современными представлениями о роли феномена «совместности» в жизнедеятельности групп (А. Л. Журавлев и др.)

Социально-психологические воззрения этого этапа эволюции науки Г. Олпорт (1968) объединил в большую группу концепций, которые назвал простыми теориями с «суверенным» фактором. Для них характерна тенденция найти простое объяснение всем сложным проявлениям человеческой психики, выделив при этом какой-то один главный, определяющий, а потому и суверенный фактор. Ряд таких концепций берут свое начало от философии гедонизма Эпикура (IV-III в. до н.э.) и находят отражение во взглядах Т.Гоббса (XVIIв.), А.Смита (XVIII в.), Дж. Бентама (XVIII-XIX в.) и др. Суверенным фактором в их теориях было избрано стремление людей получить как можно больше удовольствия (или счастья) и избежать боли. Правда, у Гоббса этот фактор опосредствовался другим — стремлением к власти. Но власть была нужна людям лишь для того, чтобы иметь возможность получать максимум удовольствия. Отсюда Гоббс сформулировал известный тезис о том, что жизнь общества есть «война всех против всех» и лишь инстинкт самосохранения рода в сочетании с разумом человека позволил людям прийти к каким-то соглашениям относительно способов распределения власти. Идеи психологии гедонизма находят свое место и в более поздних социально-психологических концепциях: у З Фрейда это «принцип удовольствия», у А. Адлера и Г. Лассуэла – стремление к власти как способ компенсации чувства неполноценности; у бихевиористов - принцип позитивного и негативного подкрепления.

Основу других простых теорий с суверенным фактором составляет симпатия. А.Смит (1759) полагал, что, несмотря на эгоистичность человека, есть какие-то принципы в его природе, которые порождают у него интерес к благополучию других. Проблема симпатии и любви, а точнее говоря, доброжелательных начал в отношениях между людьми, занимала большое место в размышлениях теоретиков 18, 19 и даже 20 веков. Предлагались разные типы симпатии по признакам их проявления и характера. А.Смит выделял рефлекторонную симпатию как непосредственное внутреннее переживание боли другого (при виде страданий другого человека) и интеллектуальную симпатию (как чувство радости или огорчения за события, которые происходили с близкими людьми).

Понятия «любовь» и «симпатия» нечасто встречаются в современных социально-психологических исследованиях. Но идея живет и на смену им пришли весьма актуальные сегодня понятия сплоченности, кооперации, совместимости, сработанности, альтруизма, социальной взаимопомощи и т. д.

Несмотря на то, что в лучших образцах философской мысли прослеживался живой интерес исследователей к социальному бытию человека и порождаемым им феноменам на уровне массового сознания и индивидуальной психики, в своей научной форме социальная психология не могла появиться раньше рубежа Х1Х –ХХ вв. – для этого требовалась совокупность определенных психологических, исторических, культурных предпосылок.

Успехи и потребности развития различных отраслей научного знания способствовали нарастанию интереса исследователей к вопросам социальной психологии. Возник "социальный заказ" на новую науку, поскольку ее отсутствие стало сказываться на состоянии дел в других науках и различных сферах человеческой практики, а ресурсами наук-прародительниц – психологии и социологии - объяснены быть не могли. Это связано, прежде всего, с 1) развитием языкознания; 2) накоплением значительных фактов в области антропологии, этнографии, археологии; 3) успехами и потребностями криминологии; 4) становлением массового производства и развитием городов.

Описательный период развития социальной психологии. Непосредственными предпосылками обозначения предмета социальной психологии принято считать психологию народов В.Вундта, теорию психологии масс Г. Лебона и теорию инстинктов социального поведения У. Мак-Дугалла. Г.М. Андреева именует данный этап развития социальной психологии *описательным*, так как это название отражает важную особенность подходов того времени: по типу философских, литературных и прочих эссе они описывали социально-психологические явления, содержали умозрительные, общие оценки и прогнозы. Помимо этой особенности, существующие теории сближала проблематика: массовидные явления, большие социальные группы людей, механизмы массового воздействия.

1. *Психология народов* как одна из первых форм социально-психологических теорий сложилась в середине XIX в. в Германии. Непосредственными создателями теории психологии народов выступили философ М. Лацарус (1824-1903) и языковед Г. Штейнталь (1823-1899). В 1859 г. был основан журнал «Психология народов и языкознание», где была опубликована их статья «Вводные рассуждения о психологии народов». В ней сформулирована мысль о том, что главная сила истории народ, или «дух целого», который выражает себя в искусстве, религии, языке, мифах, обычаях и т.д. Индивидуальное же сознание есть лишь его продукт, звено некоторой психической связи. Задача социальной психологии познать психологически сущность духа народа, открыть законы, по которым протекает духовная деятельность народа. В дальнейшем идеи психологии народов получили развитие во взглядах В. Вундта (1832 –1920). В. Вундт различал психологию физиологическую и психологию народов (на современном языке – социальную). С точки зрения ученого, физиологическая психология - это экспериментальная дисциплина, но эксперимент не пригоден для изучения высших психических функций - речи и мышления. В психологии народов, считал он, должны применяться другие методы - анализ продуктов культуры.

Параллельно Вундт занимался двумя важными психологическими проблемами: проблемой самопознания человека посредством внутреннего наблюдения за собственным сознанием (интроспекция) и проблемой влияния психологии народа на сознание конкретного индивида. Вундт рассматривал коллективную психику как сочетание индивидуальных психических состояний людей в определенных условиях, и считал, что необходимо изучать те явления общественной жизни, которые невозможно объяснить, исходя из особенностей сознания только одного конкретного субъекта. Вундт выделил три основополагающих явления: язык народа, его мифы и обычаи. Язык, с его точки зрения, содержит в себе общую форму представлений, имеющихся у данного народа. Социально-психологическая роль мифов заключается в том, что они создаются всей культурой общества и поэтому определяют представления людей, формируют их установки, влияют на вкусы и мнения о том, что является хорошим и плохим. Обычаи представляют собой наиболее типичные способы поведения в стандартных социальных ситуациях у конкретного народа и выполняют регулирующую и контролирующую функции.

2. *Психология масс* родилась во Франции во второй половине 19 века. Истоки ее были заложены Г.Тардом в «Законах подражания» (1903), где он сформулировал целый ряд закономерностей подражательного поведения, а также Дж. Болдуином (1895), выделившим различные формы подражания. Идеи Тарда были усвоены непосредственными создателями психологии масс. Это были итальянский юрист С. Сигеле (1868-1913) и французский социолог Г. Лебон (1831-1941). С точки зрения Лебона, типичными чертами поведения человека в массе являются: обезличивание (что приводит к господству импульсивных, инстинктивных реакций), резкое преобладание чувств над интеллектом (что приводит к подверженности разным влияниям), утрата личной ответственности (ведет к отсутствию контроля над страстями). Главный вывод из этих наблюдений состоит в том, что масса всегда по своей природе неупорядочена, хаотична, поэтому ей нужен вождь, роль которого может выполнять элита.

Идеи Лебона нашли понимание у З.Фрейда, который в своих работах по социальной психологии активно использовал положения психологии масс Г. Лебона. В целом, идея социального подражания, как основа поведения человека, оказалась достаточно жизнеспособной. Она приобрела новое и устойчивое звучание в теориях необихевиоризма, а затем - социобихевиоризма, рассматривающих подражание модели как основной путь социального научения (А.Бандура). В 80-х г.г. XX в. идея подражания ярко заявлена в работах С.Московичи.

3. *Теория инстинктов социального поведения* была разработана в трудах английского психолога У.Мак-Дугалл (1871), переехавшего в 1920 г. в США. Автор данной теории оставил о себе память одним из первых учебников по социальной психологии “Введение в социальную психологию”, изданном в 1908 году, который является точкой отсчета в оформлении социальной психологии как самостоятельной науки. Основная идея теории У. Мак-Дугалла заключалась в том, что основу социального поведения человека составляют

инстинкты – врожденные предрасположенности к определенным реакциям, которые у человека в процессе приобретения собственного опыта и окружающей среды преобразуются в определенные чувства. Выражением инстинкта борьбы являются ярость и страх, инстинкта приобретения - чувство собственности, стадный инстинкт сопряжен с потребностью в принадлежности к социальной группе (ему ученый придавал большое значение вследствие способности удерживать людей вместе) и т.п. Всего психолог перечисли 7 пар взаимосвязанных инстинктов и эмоций.

В своих трудах У.Мак-Дугалл предвосхитил многие идеи современной социальной психологии (например, трехкомпонентная структура инстинктов и чувств). А идея выделения самоуважения в качестве ведущего чувства, по мнению П.Н. Шихирева, легла в основу теории, возникшей в Европе уже в 60-70 гг. XX в. – этогенетической теории Р.Харре.

Описательный период в развитии научной социальной психологии создал ряд крупных теорий, претендующих на объяснение социальной жизни человека и общества в целом. Был разработан ряд идей, так или иначе определивших направления научной мысли XX в. Социально-психологические феномены выделились в самостоятельный класс психических явлений (таких как, коллективный, народный дух, подражание, внушение, поведение толпы, исторические типы мышления и сознания).

На рубеже 19-20 вв. социальная психология еще переживала период становления как самостоятельной науки, поэтому многие ее проблемы находили отражение в трудах таких социологов, как Э. Дюркгейм, остро ставившего вопросы влияния социальных факторов на психическую жизнь индивидов, и Ч. Кули, разрабатывавшего проблему отношений между личностью и обществом.

Годом рождения современной социальной психологии принято считать 1908 год, когда были опубликованы первые две книги по СП: «Введение в социальную психологию» английского психолога У. Мак-Дугалла и работы американского социолога Э.Росса «Социальная психология».

Научный этап. В 20-е годы XX в. оформляется *научный* этап развития социальной психологии. Его начало обычно связывают с работами В. Мёде (Германия) и Ф. Оллпорта (США). Они сформулировали требования превращения социальной психологии в экспериментальную дисциплину и перешли к систематическому экспериментальному изучению социально-психологических явлений в группах. Социальная психология активно пыталась утвердить себя в научном мире как «законная» естественнонаучная дисциплина, отсюда акцент на лабораторный эксперимент, очень осторожное отношение к любой теории, не имеющей убедительных опытных подтверждений, направленность на решение практических задач.

2. Направления и школы современной зарубежной социальной психологии

Развитие социальной психологии в бихевиористской традиции.

Бихевиоризм имеет в своей основе экспериментальное изучение

животных. Его родоначальники — Э. Торндайк (1874-1949) и Дж. Уотсон (1878-1958) — предложили отказаться от непосредственного изучения сознания, а вместо этого исследовать человеческое поведение по схеме «стимул — реакция». По мнению бихевиористов, манипулируя внешними раздражителями, можно довести до автоматизма любые нужные формы социального поведения, игнорируя врожденные задатки человека и его неповторимый жизненный опыт. Закономерности поведения выводились, таким образом, **из** закономерностей внешнего стимулирования.

Бихевиористская ориентация в настоящее время представляет собой весьма пеструю картину. В теоретическом плане можно выделить три основных направления: радикальный бихевиоризм, представляемый Скиннером и его последователями, конвенциональный (или обычный) (Халл, Миллер и Доллард, Берлайн, Харлоу), и, наконец, выдвигающийся сейчас на первое место социальный (точнее, социального научения) бихевиоризм, который представляют А. Бандура и А. Стаатс.

Вклад Б. Скиннера в развитие психологи столь значителен, что при обсуждении практически всех областей исследований в бихевиористской социальной психологии нельзя обойтись без упоминания его имени. Скиннер отошел от позиций многих ранних бихевиористов, утверждая, что поведение обладает оперантной, а не стимульно-реактивной природой. Этот класс поведения и был обозначен, как оперантное**.**

Согласно скиннеровской модели взаимодействия индивида и общества, которую П. Шихирев назвал моделью «пластичного человека», человек – полностью продукт внешних обстоятельств, влияния общества, результат воздействия поощрений за социально одобряемые реакции и наказаний за неодобряемые. Отсюда следует вывод: целенаправленно используя систему поощрений и наказаний, можно (и нужно) формировать человека по избранной модели. Само же общество изменится как результат формирования личностей нужного типа. Представленная в «Технологии обучения» система Скиннера широко использовалась в сфере обучения и изменения поведения (искоренения нежелательного поведения и формирования желательного у аутичных, умственно отсталых и девиантных детей).

Другое направление бихевиоризма связано с именем Кларка Леонарда Халла. Именно К. Халл создал предпосылки для формирования необихевиористского подхода – подхода, начавшего включать в плоскость анализа внутреннюю активность человека. В традиционную формулу «Стимул – Реакция» были введены промежуточные переменные (потребности – драйвы). В рамках подхода Халла в социальной психологии разработан ряд теорий: теория фрустрации–агрессии Н. Миллера, Д. Долларда, модели диадического взаимодействия Дж. Тибо и Г. Келли.

В целом бихевиоризм развивался по пути все более расширяющегося вторжения в схему «стимул—реакция» различных промежуточных переменных. Однако самый большой шаг вперед сделали социальные бихевиористы, которые успешно конкурируют с представителями «гуманистской» психологии. Работая в основном с людьми, а не с животными,

зачастую в условиях реальной жизни, а не только в стерильной обстановке лабораторного эксперимента, они не могли не обнаружить изъянов в жесткой и односторонней формуле «стимул–реакция». К этому выводу социальных бихевиористов привели факты, свидетельствующие о ведущей роли в поведении человека таких факторов (или опосредующих переменных), как оценка возможных последствий своих действий, в том числе и весьма отдаленных; самооценка – возможная оценка другими; когнитивные процессы**.** В настоящее время они лидируют в бурно развивающейся области методов самоконтроля, саморегуляции и самопрограммирования. При этом ставятся такие задачи: «Сделать человека свободным, инженером своей судьбы, ученым для себя, уметь противостоять давлению внешних обстоятельств» (А. Бандура).

Специфика когнитивного подхода в социальной психологии**.** Когнитивное направление возникло как реакция на бихевиоризм, отрицающий значение внутренней организации психических процессов в поведении человека. Он возникает на основе гештальтпсихологии, существенно дополненной и развитой в работах К. Левина и Ф. Хайдера. К когнитивистам в начале 80-х гг. XX в. относили себя три четверти американских социальных психологов.

В самом общем виде сущность когнитивистского подхода может быть охарактеризована как стремление объяснить социальное поведение при помощи описания преимущественно познавательных процессов, характерных для человека. Общая линия связи между этим процессом и социальным поведением прослеживается следующим образом: впечатления индивида о мире организуются в некоторые связные интерпретации, в результате чего образуются различные идеи, верования, ожидания, аттитюды, которые и выступают регуляторами социального поведения. Главными проблемами социальной психологии становятся проблемы: социальной перцепции, аттракции, формирования и изменения аттитюдов.

В рамках когнитивизма сформированы чрезвычайно распространенные сегодня представления о механизмах социального познания (С. Аш, Д. Креч и Р. Крачфилд), технологиях убеждающей коммуникации и межличностного взаимодействия (Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Л. Фестингер).

Социально-психологические теории когнитивного соответствия (Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Л. Фестингер, П. Танненбаум, Р. Абельсон, М. Розенберг) базируются на центральной идее, согласно которой когнитивная структура человека не может быть несбалансированной, дисгармоничной, а если это имеет место, то немедленно возникает тенденция изменить такое состояние. Из всех теорий соответствия наибольшую известность получили: теория структурного баланса Ф. Хайдера, теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера, теория конгруэнтности Ч. Осгуда и П. Танненбаума.

Психоаналитическая традиция в социальной психологии. Психоанализ, а точнее психодинамический подход в социальной психологии явление достаточно дискуссионное и неоднозначное. Первые исследования по вопросам групповой психодинамики связаны с известными исследованиями Бийона в Тавистокской клинике, показавшими наличие скрытой неосознаваемой жизни группы, связанной с интрагрупповым напряжением, взаимоотношениями и

эмоциями. В их основе лежит ряд социально-психологических идей З. Фрейда. С точки зрения З. Фрейда, в основе группы лежит система эмоциональных либидозных связей, то есть группа обретает свое психологическое содержание благодаря межличностной «любви», связывающей между собой рядовых членов группы. Однако связи рядовых членов группы между собой вторичны; они возникают только благодаря тому, что каждый член группы устанавливает особые по содержанию связи с лидером (вожаком). Психологическая суть первичных связей «член группы — лидер» — это идентификация. Член группы переносит на лидера свое «идеальное «я», идентифицируется с его поведением, чертами характера, ценностями и т.д. Благодаря связи каждого с лидером возникает и связь второго порядка — членов группы между собой. Особую психологическую позицию в групповой системе занимает лидер — вожак. Он не идентифицируется ни с кем, он любит только себя. Такая обращенность на себя и делает его кумиром группы.

Для всех разновидностей психодинамических подходов характерными являются следующие три кластера понятий и выводов о природе личности: неосознаваемая мотивация; влияние обращения в раннем детстве; и контроль беспокойства.

Неосознаваемая мотивация. Первый вывод заключается в признании того, что человеческое поведение и сознание в высокой степени детерминированы бессознательными мотивами, которые могут пробуждать кажущиеся иррациональными чувства и поведение. Психодинамике характерна идея о признании бессознательного, как фактора детерминирующего поведение, часто противоположное осознаваемым целям. Таким образом, люди, объединяющиеся в группу с той или иной целью, могут быть детерминированными как осознаваемыми, так и неосознаваемыми факторами.

Влияние обращения в детстве. Утверждается влияние специфики обращения со значимыми другими в очень раннем детстве на характер переживаний взрослого человека. С этой точки зрения, ранний жизненный опыт приводит к формированию устойчивых внутренних миров, которые эмоционально заряжают конструкции внешних миров, их эмоциональное переживание, представляют сконструированные основания психической реальности.

Интернализованные (интроецированные) версии других людей и их отношений, запечатленные в раннем детстве, составляют главное этих внутренних миров. В теории объектных отношений идентификации с данными интроекциями рассматриваются как источники самости, создаваемой другими людьми.

В соответствии с психодинамическим подходом ранний опыт взаимоотношений выступает в качестве блоков, лежащих в основе построения жизненного поведения, использования других в обстоятельствах группового взаимодействия. Мы часто используем одни и те же зафиксированные в детстве шаблоны построения взаимоотношений, прошлые из них проецируем на настоящее, используем примитивные формы защиты от грозящей опасности, чувствуем себя разорванными. Это особенно

характерно для людей в состоянии стресса, подавленности, болезни и т.п. В группе беспокойство может вызвать ассоциация с поведением, связанным с соперничеством, завистью, запугиванием, испытанными в детстве со стороны братьев и сестер и т.п.

Контроль беспокойства. Третий вывод связан с психологической защитой, направленной на преодоление внутреннего беспокойства. Практически для всех школ психодинамики характерно признание того, что сознание и наши внутренние версии мира – установленные в детстве – систематически изменяются с целью избегания беспокойства. Психологическая защита направлена на создание внутренних версий мира, уменьшающих беспокойство и делающих жизнь более терпимой. Так как она часто проявляется бессознательно, с действием ее механизмов связаны многие иррациональные поступки и представления.

Интеракционистский подход в социальной психологии. *Символический интеракционизм* — течение научной социально-психологической мысли, берущее свое начало не в индивидуально-психологических, а в социологических представлениях о социальном поведении человека. Интеракционизм опирается на взгляды американского философа, социолога и социального психолога Дж. Мида.

Специфика интеракционистского подхода определяется в следующем: 1) индивид и общество неотделимы друг от друга; 2) индивиды представляют собой рефлексивную и интерактивную сущность, обладающую самостью; 3) индивиды реагируют на объекты окружающего мира в соответствии со значениями, которыми они обладают для них. Акцентация на мире значений, которыми оперирует человек в своем взаимодействии с окружающим миром, нашла свое выражение названии символический интеракционизм.

Основной интерес сосредоточен именно на осмыслении закономерностей социального процесса, который представляет собой не что иное, как интеракцию, взаимодействие людей в рамках конкретной социальной ситуации. Социальная ситуация — не просто контекст, она — значимый фактор взаимодействия. Опираясь на данные ему культурой символические средства, прежде всего язык, человек интерпретирует, называет ситуацию. В зависимости от того, как он ее интерпретировал, назвал, разворачивается взаимодействие между людьми.

В рамках символического интеракционизма сформировались теории, имеющие огромное значение для современной социальной психологии. Прежде всего, это теории ролевого поведения (Т. Сарбин, Э. Гофман, Р. Линтон и другие) и референтной группы как источника личных норм и ценностей человека (Т. Ньюком, М. Шериф, Г. Келли).

Человек, по мнению представителей интеракционизма, выступает в жизни как «кто-то», он всегда носитель каких-то нормативов, каких-то прав и обязанностей: сын, отец, лектор, студент и т.д., и т.п. Поэтому они называют свою теорию – «теорией ролей».

Современные интеракционистские ролевые теории опираются на социально-психологические концепции Дж. Мида, связанные с понятием

«роль», введенным им в обиход социальной психологии. Согласно Дж. Миду, «принятие роли другого», т.е. умение посмотреть на себя со стороны глазами партнера по общению, является необходимым условием для успешного осуществления любого акта взаимодействия между людьми. В качестве примера «принятия роли другого» у Мида фигурировали лишь детские ролевые игры, которые он считал одним из важнейших средств социализации личности.

Конструктивистский подход к изучению социально-психологической проблематики.

Одна из центральных идей основоположника этого направления Кеннета Гергена заключается в том, что социальная психология недооценивает значения социальной ситуации, в рамках которой осуществляется процесс познания человеком окружающего мира, т.е. утрачивается такой важный компонент познавательного процесса, как *конструирование* социального мира.

В своей статье «Социальная психология как история» К. Герген ставит под сомнение претензию современной американской социальной психологии на равенство с естественными науками. Констатируя тот факт, что главной целью науки является установление общих законов (с их принципом: «здесь и сейчас — значит везде и всегда») путем систематического наблюдения и эксперимента, Герген утверждает, что социальная психология никогда не сможет открыть подобных законов, поскольку таковых не существует, ибо социум и человек являются непредсказуемыми, индетерминистскими системами. И дело не только в этом.

Принципиально непреодолимым препятствием для социальной психологии является то обстоятельство, что социальная психология, будучи, по определению, социальной наукой, включена в сеть общей социальной коммуникации. Это ведет к тому, что знания, добываемые социальными психологами, становятся достоянием общественности. Поэтому испытуемые, попадая в ситуацию эксперимента, уже представляют себе, какое поведение с точки зрения общепринятой системы ценностей является одобряемым, а какое нет. Но и сами социальные психологи как члены данного общества являются носителями тех же самых ценностей. В терминах и с позиции этих ценностей они описывают результаты своих исследований и тем самым дополнительно утверждают существующие стандарты и нормы поведения.

Таким образом, возникает замкнутый круг: социальные психологи, наблюдая за испытуемыми и экспериментируя с ними, всего-навсего констатируют и регистрируют принятые образцы поведения. Социальная психология тем самым фактически превращается в историческое исследование и отражение существующих культурных норм.

Он утверждает, что попытки раскрыть некие общие «трансисторические» законы социального поведения идут в неверном направлении, а само убеждение в том, что знания о законах социального взаимодействия можно накапливать тем же способом, которым накапливают свои знания естественные науки, представляется неоправданным**.** По мнению К. Гергена, таких трансисторических законов не существует, и поэтому единственное, на что может претендовать социальная психология, — это более или менее

достоверное историческое описание существующего положения вещей.

Для того же, чтобы стать полноценной исторической наукой, социальная психология должна перестать ориентироваться на естественные дисциплины и укрепить вместо этого свой союз с социологией, историей, экономикой и другими науками, которые изучают конкретное состояние данного общества в данный конкретный исторический промежуток времени.

3. История становления и развития отечественной социальной психологии

Традиционным считалось мнение о том, что истоки отечественной социальной психологии восходят к западной науке. Историко-психологические исследования показали, возникновение и развитие западной и отечественной социальной психологии происходило как бы параллельно.

Отечественная социальная психология возникла на рубеже 19 и 20 в.в. Путь ее становления имеет ряд стадий: зарождение социальной психологии в общественных и естественных науках, отпочкование от родительских дисциплин (социологии и психологии) и превращение в самостоятельную науку, возникновение и развитие экспериментальной социальной психологии. Таким образом, история СП в России имеет четыре периода.

Первый период (60-е г.г. 19 в. – начало 20 в.). Социально-психологические идеи в этот период успешно развивались представителями общественных наук, прежде всего социологами. Наиболее разработанная социально-психологическая концепция содержится в трудах Н.К. Михайловского. Ему принадлежит разработка психологии массовых социальных движений, одной из разновидностей которых являются революционные движения. Действующими силами социального развития являются герои и толпа. Сложные психологические процессы возникают при их взаимодействии. Толпа, в концепции Михайловского, выступает как самостоятельное социально-психологическое явление. Исследуя проблему общения между героем и толпой, общение людей в толпе, он в качестве механизмов общения выделяет внушение, подражание, заражение, противопоставление. Главный из них – подражание людей в толпе. Основой подражания является гипнотизм. В толпе часто возникает автоматическое подражание, «нравственная или психическая зараза».

Особое место в предреволюционной истории развития российской социальной науки занимает В.М. Бехтерев. В специальной социально-психологической работе «Предмет и задачи общественной психологии как объективной науки» (1911) содержится развернутое изложение его взглядов на сущность социально-психологических явлений, на предмет социальной психологии, методы этой отрасли знания. Через 10 лет Бехтерев публикует свой фундаментальный труд «Коллективная рефлексология» (1921), который можно рассматривать как первый в России учебник по социальной психологии. Здесь он дает развернутое определение предмета социальной психологии: изучение психологической деятельности собраний и сборищ, составляемых из массы лиц, проявляющих свою нервно-психическую деятельность как целое. На

нынешнем языке – это изучение поведения коллективов, личности в коллективе, условия возникновения социальных объединений, особенности их деятельности, взаимоотношениях их членов.

Бехтерев выделяет системообразующие признаки коллектива: общность интересов и задач, побуждающих коллектив к единству действий. В качестве социально-психологических феноменов В.М. Бехтерев выделяет взаимодействие, взаимоотношения, общение, коллективные наследственные рефлексы, коллективное настроение, коллективное творчество, согласованные коллективные действия. Объединяющими людей в коллективе факторами являются: механизмы взаимовнушения, взаимоподражания, взаимоиндукции. Особый фактор – язык.

В.М. Бехтерев рассматривал вопрос о методах этой новой отрасли науки. В его работе содержится описание большого эмпирического материала, полученного при применении объективного наблюдения, анкет, опросов. Эксперимент, поставленный им совместно с М.В. Ланге, показал, как социально-психологические явления – общение, совместная деятельность – влияют на формирование процессов восприятия, представлений, памяти. Работой этих ученых положено начало в России экспериментальной социальной психологии.

Второй период (20-е годы – первая половина 30-х г.г. 20 в.). Характерной особенность развития социальной психологии в этот период был поиск своего пути в развитии мировой социально–психологической мысли. Этот поиск осуществлялся двумя способами: 1) в дискуссиях с основными школами зарубежной социальной психологии; 2) путем освоения марксистских идей и применения их к пониманию сущности социально-психологических явлений.

Особое место в дискуссиях по вопросу о перестройке психологии на основе марксизма занимал Г.И. Челпанов. Отстаивая позиции идеалистической психологии, он предложил разделить психологию на 2 части – социальную психологию и индивидуальную. Социальная психология изучает общественно детерминируемые психические явления. Она тесно связана с идеологией. Ее связь с марксизмом естественна. Собственно же психология должна остаться эмпирической наукой, независимой от мировоззрения вообще и от марксизма в частности. Таким образом, он признавал право социальной психологии на существование и ратовал за создание Института социальной психологии. Резко полемизируя с представителями авторитетного психологического направления – рефлексологии, Г.И.Челпанов утверждал, что задачей реформы психологии должно быть не устройство собачников, а организация работ по изучению социальной психологии.

Одним из направлений в СП 20-30 г.г. было исследование проблемы коллектива. В детальной разработке теории коллектива участвовали многие социальные психологи – Б.В. Беляев, А.С. Залужный, М.А. Рейснер, Г.А. Фортунатов и др.

Третий период (вторая пол. 30-х г.г. – вторая половина 50-х г.г. XX века). Во второй половине 30-х г.г. ситуация резко изменилась. Началась изоляция отечественной науки от западной психологии. Перестали публиковаться

переводы трудов западных авторов. Внутри страны возрос идеологический контроль за наукой. Это порождало боязнь исследовать социально острые вопросы. Наступил перерыв в развитии российской социальной психологии.

Кроме общеполитической ситуации, причины этого перерыва заключались в практической невостребованности результатов исследований. Изучение мнений, интересов, настроения людей, психологической атмосферы в обществе были никому не нужны. Более того, тот факт, что социальная психология в тоже время продолжала развиваться на Западе в рамках немарксистской традиции, привел некоторых психологов к отождествлению социальной психологии вообще с ее «буржуазным» вариантом, исключив саму возможность существования СП в нашей стране. Само понятие «социальная психология» стало синонимом реакционной дисциплины.

Но это был перерыв в самостоятельном существовании СП, что не исключало реального существования отдельных исследований, являющихся по своему предмету социально-психологическими. Эти исследования были продиктованы потребностями педагогической практики. Определяющими облик социальной психологии были работы А.С. Макаренко. Стержневая идея концепции А.С. Макаренко – единство коллектива и личности. Это определило его практическое требование: воспитание личности в коллективе, посредством коллектива и для коллектива.

Четвертый период (вторая половина 50-х – первая половина 70-х г.г. XX века).

В этот период сложилась особая социальная и интеллектуальная ситуация в стране: «потепление» общей атмосферы, ослабление администрирования в науке, снижение идеологического пресса, демократизация во всех сферах жизни обусловили возрождение творческой активности ученых. Для социальной психологии было важно то, что возрос интерес к человеку. Начался период возрождения социальной психологии. Началось конструирование социальной психологии как относительно самостоятельной дисциплины. Стали создаваться социально-психологические лаборатории и центры при психологических учреждениях и даже непосредственно на производстве, и др.

В 70-х г.г. завершилось организационное становление социальной психологии. Произошла институционализация ее как самостоятельной науки. В 1962 году организована первая в стране лаборатория СП в ЛГУ; в 1968 г. – первая кафедра социальной психологии в том же университете; в 1972 г. – аналогичная кафедра в МГУ. В институте психологии АН СССР в 1972 г. создан первый в стране сектор социальной психологии.

Становление и развитие белорусской социальной психологии

Белорусская социальная психология имеет относительно непродолжительную историю. С той или иной степенью определенности о ней как о сформировавшейся области можно говорить лишь, начиная с 1960-х годов.

Собственно социально-психологические исследования, во многом определяющие белорусскую традицию, начинаются с работ доктора

психологических наук *Я.Л.* Коломинского по проблеме взаимоотношений между учениками в классе. Именно с его исследований и начинается третий, педагогический период развития белорусской социальной психологии. С определенной долей условности можно говорить и о конкретной дате начала этого периода –1968 год – доклад *Я.Л.* Коломинского на Ш съезде психологов СССР «Опыт социально-психологического изучения дошкольных групп». Им опубликован ряд фундаментальных работ (Психология личных взаимоотношений в детском коллективе; Психология взаимоотношений в малых группах, 1976; Психология детского коллектива. Система личных взаимоотношений, 1984; и др.), определивших на долгие годы приоритеты социально-психологических исследований. Следует отметить и несомненную заслугу *Я.Л.* Коломинского во внедрении «чуждого» зарубежного социометрического подхода. Именно эта исследовательская методология, значительно модернизированная и адаптированная к детским ученическим коллективам, и определила перспективы развития белорусской социальной психологии на продолжительную перспективу. Следует отметить и большую заслугу Я.Л. Коломинского в дело внедрения «идеологически чуждой» американской исследовательской методологии в советскую социальную психологию, находившуюся под постоянным идеологическим контролем. Реализация социометрической методологии и привела к обретению белорусской социальной психологией собственного уникального лица.

Под руководством *Я.Л.* Коломинского проведены многочисленные и многоаспектные исследования различных детских ученических коллективов и реализованы многочисленные оригинальные идеи, оформившиеся в целую область социально-психологического знания – социальную педагогическую психологию (совместно с А.А. Реаном). Также изучались психология совместной деятельности и педагогического общения (А.А. Амельков, С.С. Харин), социально-психологические проблемы группы дошкольников (А.Н. Белоус, М. Счастная, Д.В. Финькевич).

Другое направление – межличностное понимание в общении изучалось ученицей В.Н. Мясищева и Б.Г. Ананьева доктором психологических наук С.В. Кондратьевой, также создавшей свое направление в социальной психологии. Широкую известность получили ее работы по социальной перцепции и перцептивно-рефлекторной регуляции поведения субъекта познания. Ее учениками изучались возрастные, половые, профессиональные, индивидуально-психологические особенности социально-перцептивной активности субъекта. Как и для школы *Я.Л.* Коломинского для направления С.В. Кондратьевой также характерна ориентация на психолого-педагогическую проблематику.

С 1990-х годов начинается экстенсивный период развития белорусской социальной психологии. Во многом его своеобразие определяется новым историко-культурным контекстом перестроечных времен, характеризовавшимся обретением Белоруссией статуса суверенного государства, остро поставившим вопрос о формировании собственной психологической идентичности, а так же резким возрастанием международ-

ных контактов. Эти контакты, а также многочисленные переводы зарубежных социально-психологических работ создали предпосылки для переосмысления структуры, содержания и приоритетов социально-психологического знания.

Еще одной предпосылкой перехода к данному этапу явилась трагедия Чернобыльской катастрофы, стимулировавшая изучение ее социально-психологических последствий. Эта проблематика стала предметом исследований центра психолого-педагогических проблем Чернобыля, возглавлявшегося доктором психологических наук Л.А. Пергаменщиком, занимающимся проблемой социально-психологической адаптации человека к кризисным событиям жизненного пути. Вместе с сотрудниками центра им был исследован широкий спектр аспектов этой проблемной области, был проведен ряд международных конференций, позволивших войти в международное сообщество и ознакомиться с его достижениями в данной и пограничных областях исследований.

Экстенсивный характер переживаемого сегодня периода развития белорусской социальной психологией выражается в том, что в ней, наряду с классическим педагогическим направлением, начали развиваться и ранее не представленные направления: агрессивное поведение, организационная психология, социальная психология спортивного коллектива, кросс-культурные исследования и др.

Исследования агрессивного поведения стали предметом научных интересов доктора психологических наук И.А. Фурманова, внесшего большой вклад в разработку проблематики детской, подростковой и юношеской агрессивности и ее коррекции.

Проблематика социально-психологических особенностей дошкольников в отличающемся от классического ракурсе начала изучаться доктором психологических наук Т.В. Сенько, исследовавшей базисную структуру межличностного взаимодействия в старшем дошкольном возрасте, а также взаимодействия ребенка со сверстниками и взрослыми.

Проблематика социальной психологии личности и трудового коллектива являлась предметом исследований сектора психологии института социологии АН РБ, возглавлявшегося доктором психологических наук В.И. Секуном с 1990 г. под его руководством был проведен комплекс прикладных социально-психологических исследований научных, учебных, производственных и армейских коллективов. Им же в сотрудничестве с В.А. Ян-чуком и коллегами из Сассекского университета (Великобритания) и университета Вакскхо (Швеция) были проведены первые масштабные кросс-культурные исследования социально-психологических особенностей менеджеров предприятий в сравнении с 77 странами мира

4. Предмет социальной психологии

Специфику науки, возможность ее отделения от других наук определяет ее предмет. Краткий исторический экскурс показал, что нет общепринятого представления о предмете социальной психологии. Определения СП

чрезвычайно дифференцированы, отличаются друг от друга и, в частности, в отечественной и зарубежной психологии.

В зарубежной социальной психологии качестве такового рассматриваются:

– изучение опыта и поведения индивида в связи с воздействием на него социального стимула (М.Шериф, 1969);

– поведение индивидов как функция социальных стимулов (Джонс, Джерард, 1967);

– зависимость и взаимозависимоть между индивидуальными поведениями (Р. Зайонц, 1966);

– влияние, которое люди оказывают на убеждения или поведение других людей (Э. Аронсон, 1998).

Г.Олпорт, подводя некоторый итог развития американской социальной психологии в конце 60-х гг., видел цель этой дисциплины в объяснении того, какое влияние оказывает на мысли, чувства и поведение индивидов действительное, воображаемое или предполагаемое присутствие других.

Исходя из этого, и учебники по социальной психологии включают такие разделы, как «Социальное мышление» (рассматриваются вопросы самовосприятия, восприятия других людей, природа и способы формирования убеждений и суждений; соотношение между поведением и установками); «Социальное влияние» (представлены результаты исследования влияния культуры на человека, конформизма, влияние группы на человека, групповые процессы и др.); «Социальные отношения» (анализируются психологические основы предрассудков, агрессии, дружбы, любви, конформизма, конфликтного взаимодействия и другие вопросы отношений).

С.Московичи, в рамках альтернативного, европейского подхода определяет социальную психологию как науку о группах и индивидах, которые создают свою реальность, управляют друг другом и создают как связи, объединяющие их, так и разделяющие.

В отечественной науке, в силу долгого доминирования одной философской системы, картина не столь пестрая, но единства в понимании предмета социальной психологии также нет.

По вопросу о предмете психологии сложилось 3 подхода.

Первый, который получил распространение в основном среди социологов, понимал социальную психологию как науку о массовидных явлениях психики. В рамках этого подхода разные исследователи выделяли разные явления, подходящие под это определение, например, изучение психологии классов, других больших социальных общностей. В других случаях больше внимания уделялось формированию общественного мнения. Предметом изучения социальной психологии многие социологи считали общественную психологию – уровень общественного сознания, характерный для отдельных социальных групп (классов).

Второй подход, главным предметом исследования социальной психологии видит напротив личность. С одной стороны, больший акцент ставился на психологические черты, особенности личности, типологию личностей. Другие

ученые выделяли положение личности в группе, межличностные отношения, всю систему общения.

Третий подход в каком-то смысле синтезировал два предыдущих. Социальная психология была рассмотрена как наука, изучающая и массовые психические процессы, и положение личности в группе. В рамках этого подхода предприняты попытки дать перечень основных проблем социальной психологии.

Б. Д. Парыгин считал, что предметом социальной психологии должны выступать социальная психология личности, социальная психология общностей и общения, социальные отношения, формы духовной деятельности.

В. Н. Мясищев полагал, что социальная психология изучает психическую деятельность людей в группе под влиянием взаимодействия, особенности групп и психическую сторону процессов общества.

Предметом социальной психологии по А.Журавлеву являются психологические явления (процессы, состояния и свойства), характеризующие индивида и группу как субъектов социального взаимодействия.

Г. М. Андреева, один из ведущих российских специалистов в методологических вопросах социальной психологии, в результате длительной дискуссии между российскими философами, психологами и социологами, сформулировала следующее определение социальной психологии: «*Социальная психология – наука, изучающая закономерности поведения, деятельности и общения людей, обусловленные фактом их включения в социальные группы, а также психологические характеристики этих групп*».

Предмет социальной психологии определяет ее структуру. Основными разделами социальной психологии являются следующие:

1. Психология совместной деятельности и общения. В рамках данного раздела изучаются психологические факты, закономерности и механизмы общения и взаимодействия людей при совместной деятельности. В данном случае совместная деятельность понимается как организованная система совместной активности индивидов, направленная на производство материальных и духовных объектов.

2. Социальная психология личности. В отличие от психологии личности, социальную психологию интересуют особенности проявления и формирования личности в различных общностях людей. Личность при этом рассматривается как системное качество, которое приобретает индивид, взаимодействуя с социальным окружением.

3. Психология межличностных отношений. Данный раздел социальной психологии посвящен анализу психологических характеристик взаимоотношений между субъектами (проявление симпатии/антипатии, совместимости, срабатываемости).

4. Психология социальных групп. Особое место в социальной психологии занимает проблема больших и малых групп. Исследователей интересуют процессы возникновения, функционирования и развития различных групповых общностей, особенности влияния группы на личность и др.

Тема Методология и методы социально - психологического исследования

1. Специфика научного исследования в социальной психологии

2. Количественные методы социально-психологического исследования

3. Качественные методы социально- психологического исследования

1. Специфика научного исследования в социальной психологии

Социально-психологическое исследование — вид научного исследования с целью установления в поведении и деятельности людей психологических закономерностей, обусловленных фактом включения в социальные (большие и малые) группы, а также психологических характеристик самих этих групп.

Специфика социально-психологического исследования по сравнению с другими социальными науками характеризуется: а) использованием в качестве полноправных как данных об открытом поведении и деятельности индивидов в группах, так и характеристик сознания (представлений, мнений, установок, ценностей и т. п.) этих индивидов; б) социальным контекстом исследования, влияющим на отбор, интерпретацию и изложение фактов; в) неустойчивостью и постоянным изменением социально-психологических явлений; г) культурно обусловленной относительностью социально-психологических закономерностей; д) работой с реальными конкретными объектами исследования (индивидами и группами).

В социальной психологии различают три уровня исследования: эмпирический, теоретический и методологический. Эмпирический уровень представляет собой сбор первичной информации, фиксирующей социально-психологические факты, и описание полученных данных, обычно в рамках определенных теоретических концепций. Теоретический уровень исследования обеспечивает объяснение эмпирических данных путем соотнесения их с результатами других работ. Это уровень построения концептуальных, теоретических моделей социально-психологических процессов и явлений. Методологический уровень с содержательной стороны рассматривает многоуровневую, системную организацию социально-психологических явлений и составляющих их элементов, соотношение принципов и категорий, определяет исходные принципы изучения этих явлений. С формальной стороны методология определяет операции, при помощи которых происходит сбор и анализ эмпирических данных. Иногда выделяют и четвертый уровень — процедурный (Г М. Андреева, 1972). Это система знаний о методах, приемах исследования, обеспечивающая надежность и устойчивость психологической информации. В совокупности эти уровни создают условия для разработки исследовательской программы.

Методы сбора социально-психологических данных – это совокупность приемов, процедур и операций, с помощью которых эти данные могут быть установлены и подвергнуты первичному анализу. Среди них выделяют *количественные и качественные методы исследования.*

В течение многих десятилетий в социальной психологии предполагалось, что изучение психологических явлений должно строиться по аналогии с естественными науками: необходимо тщательное объективное наблюдение, количественное измерение переменных, нахождение логических связей между причиной и следствием. Важным условием является также воспроизводимость результатов. В конечном итоге это выражается в требовании использовать в социальной психологии в основном так называемые количественные методы, в частности, эксперимент. К количественным относятся методы, для которых основными являются процедуры измерения, категоризации и кодирования.

В 80-90-е годы проблема методов социально-психологического исследования начинает приобретать новое содержание. Не все исследователи согласны с тем, что необходимо использовать только количественные методы. И более того, некоторые считают, что в отдельных случаях они дают бесполезную информацию, причем чаще всего это происходит именно в социально-психологических исследованиях. Например, при исследовании аттитюдов, когда используется метод шкалирования, положение каждого человека определяется числовым значением только по одному измерению. Но это не совсем верно, т.к. в ходе беседы обычно выявляется комбинация мнений, которые нельзя свести к какой-то средней точке, т.к. теряется общее значение каждого человека.

Представители новых направлений указывают, что

– во-первых, при использовании количественных методов человек исследуется вне социального контекста, без всех присущих ему связей с другими людьми.

– во-вторых, исследуемое поведение отличается от естественного, так как действия испытуемого строго ограничены и он не может планировать и реализовывать поведение, как это происходит в обычных условиях.

– в-третьих, отношения исследователя и испытуемого строятся по схеме «руководитель-подчиненный», и это накладывает свой отпечаток на исследуемую область.

На этом основании делается вывод, что только качественные методы позволяют исследовать человека в социальном контексте, в процессе взаимодействия с другими людьми. Исследования должны проводиться в максимально приближенных к естественным условиях и посредством качественных методов. Наиболее значимыми данными должны быть собственные высказывания и интерпретации испытуемого.

Для качественных методов характерно представление информации в виде описаний, значений и т.д. К ним относят опросники, составленные из открытых вопросов, нестандартизированное интервью, включенное и несистематическое наблюдение, метод репертуарных решеток, дискурсный анализ.

Качественные методы дают богатый материал, но подвержены влиянию субъективных факторов, поэтому с их помощью нельзя получать объективные данные, как при использовании количественных методов. Кроме того,

ход исследования трудно повторить и получить такие же данные. Есть мнение, что использование количественных методов необходимо на первоначальном этапе, когда происходит сбор информации, ее анализ и формулирование гипотез, которые затем проверяются в более строгих исследованиях.

2. Количественные методы социально-психологического исследования

Эксперимент. Эксперимент – определенным образом организованное исследование, когда экспериментатор осуществляет планомерное манипулирование одной или несколькими переменными (факторами) и регистрирует эффекты, производимые этими воздействиями на другие переменные. Это исследование, в котором исследователь изучает влияние одного класса переменных (независимых) на другой класс переменных (зависимых).

Правильно организованный эксперимент позволяет выявлять причинно-следственные связи, которые имеют место в том случае, когда причина предшествует по времени эффекту, воздействие или воздействия статистически связаны с эффектом и, кроме того, нет альтернативного объяснения эффекта помимо воздействия. В связи с этим Кемпбелл указывает, что хороший эксперимент:

– делает ясной временную последовательность между причиной и эффектом;

– достаточно чувствителен для того, чтобы показать, что вероятные причина и эффект взаимосвязаны;

– исключает возможность влияния третьих переменных, которыми можно было бы объяснить связь между причиной и эффектом;

– исключает альтернативные гипотезы о конструктах, включенных в эту связь.

Все эксперименты разделяют на лабораторные и естественные, в зависимости от того, где проводится исследование. Они имеют общие черты :

- экспериментатор произвольно вводит независимые переменные, контролирует их и изменения зависимых переменных;
- для их проведения необходимо выделение экспериментальной и контрольной группы, чтобы результаты измерений могли сравниваться с некоторым эталоном.

Большинство экспериментов в социальной психологии было проведено в лабораторных условиях. Лабораторный эксперимент позволяет осуществлять строгий контроль всех случайных воздействий.

Достоинства лабораторного эксперимента.

1. При изучении процессов, протекающих в мозге, познавательных психических процессов и многих других явлений необходимо точное измерение, которое можно осуществить только в лаборатории с использованием технических средств.

2. Эксперименты, проведенные в лаборатории, гораздо легче воспроизвести, а это важное условие для построения научных теорий в социальной психологии.

3. Лабораторный эксперимент позволяет осуществлять строгий контроль всех случайных воздействий и в большей мере приблизиться к идеальному эксперименту.

В качестве *недостатков лабораторного эксперимента называют:*

1. Узость независимой и зависимой переменной (низкая конструктная валидность). Например, те агрессивные формы поведения, которые Бандура наблюдал в своем эксперименте, не являются единственными и дети могут проявлять другие формы деструктивного и враждебного поведения.

2. Низкая экологическая валидность (т.е. возможность обобщать результаты на другие условия и других испытуемых) – невозможность обобщения результатов.

3.Ограниченность лабораторного эксперимента связана с проблемой репрезентативности. В эксперименте участвует ограниченное число испытуемых, но полученные выводы обычно распространяются на более широкую популяцию.

4. Искусственность условий. Для многих людей лаборатория кажется неприятным или даже страшным местом, в результате чего они могут быть слишком покорными или испытывать неприятное чувство "давления" окружающей обстановки.

5. Даже в том случае, когда исследование организовано верно, остается еще несколько проблем, связанных с влиянием личностных особенностей экспериментатора и исследуемого, взаимодействия между ними, которые проявляются только в ходе эксперимента.

Этика экспериментального исследования.

Для снижения влияния этих факторов есть две возможности: усиление контроля и создания новых техник. Усиления контроля связано с выбором схемы эксперимента. Кроме того, создаются специальные процедуры, например, слепой метод и двойной слепой метод. Когда используется слепой метод, то испытуемого просто обманывают, т.е. дают неверную информацию по поводу того, для чего проводится исследование. При двойном слепом методе сам экспериментатор, взаимодействующий с испытуемыми, не знает, какие воздействия оказаны на испытуемого и оказаны ли вообще.

Использование обмана иногда бывает наилучшим и, возможно, единственным способом получения информации о том, как люди ведут себя в наиболее сложных и наиболее важных жизненных ситуациях, но этот способ ставит экспериментатора перед серьезными этическими проблемами.

1. Неэтично лгать людям.

2. Подобный обман, кроме всего прочего, ведет к вторжению в частную жизнь испытуемых. Когда испытуемые не знают, что изучается на самом деле, они лишены возможности давать согласие на участие в эксперименте, которое

основывается на полной информированности. И если бы знали о цели, то, возможно, отказались бы.

3. Экспериментальные процедуры часто сопровождаются рядом неприятных переживаний – таких, как боль, скука, беспокойство и тому подобных.

4. Этические проблемы возникают и в результате столкновения испытуемых с некоторыми собственными чертами и характеристиками, не являющимися приятными или положительными.

Этические принципы, разработанные американской психологической ассоциацией и Британским психологическим сообществом, настоятельно советуют исследователям следующее.

1. Необходимо исключить процедуры, вызывающие сильные болевые ощущения или сильный дискомфорт.

2. Достаточно полно информировать потенциальных участников эксперимента, чтобы получить согласие осведомленного испытуемого.

3. Быть правдивыми. Использовать обман только в том случае, если он оправдан значимой целью и если нет альтернативы.

4. Должны обеспечить своих испытуемых реальной возможностью прекратить участие в эксперименте, если испытываемый ими дискомфорт станет слишком сильным.

5. Использовать информацию о каждом участнике конфиденциально.

6. При завершении экспериментальной сессии экспериментатор должен уделить значительное внимание каждому испытуемому, тщательно объяснив проведенный эксперимент, его истинные цели, причины обмана и т.п. Они должны быть уверены, что испытуемые покидают эксперимент в хорошем настроении, с чувством удовлетворенности собой, без ощущения своей глупости и доверчивости. Это предполагает проведение постэкспериментальной сессии (постэкспериментальное собеседование-дебрифинг) - выяснить общее впечатление о проведенном эксперименте; попытать выяснить, почему испытуемый вел себя так, а не иначе; подозревал ли он об «официальной версии»; сообщить об обмане и донести до него, что быть одураченным процедурой не означает быть глупым или легковерным.

Очевидной альтернативой лабораторному эксперименту является полевой или *естественный эксперим*ент, который проводится в естественном окружении: в школе, больнице или на улице, во время профессиональной деятельности, общения и взаимодействия с другими людьми.

Исследование в естественном окружении позволяет преодолеть основной недостаток лабораторного эксперимента, невозможность обобщать с реальной ситуацией. Кроме того, в большинстве случаев участники полевого исследования не знают, что они участвуют в эксперименте. Но даже тогда, когда они знают о том, что вовлечены в исследование, это не сравнимо с чувством опасности и подозрения, возникающими лаборатории.

Основными недостатками естественного эксперимента являются

- невозможность контролировать побочные переменные,

- -трудность изменения независимой переменной и измерения зависимой.

Не всегда можно организовать эксперимент. В таких случаях проводят корреляционные исследования, когда не производится воздействие на ситуацию, а просто изучается связь между существующими переменными, но в отличие от эксперимента нельзя говорить о причинно-следственных отношениях. Но важность корреляционных исследований заключается в том, что корреляционные исследования могут опровергнуть гипотезу о каузальной связи, так как каузальный закон предполагает наличие корреляции. Поэтому относительно недорогой корреляционный подход может служить для проверки гипотез, и те, которые его выдержат, могут быть затем подвержены более дорогой экспериментальной проверке.

Тесты. Тест – это *стандартизированное испытание, предназначенное для объективной оценки индивидуально- психологических различий*. Тесты широко используются в социальной психологии как самостоятельные методы или в совокупности с другими методами. Имеется большое количество тестов, оценивающих различные социально-психологические переменные, такие как способности руководителя или взаимоотношения в коллективе. Что касается личностных тестов, то в социальной психологии они чаще всего используются в сочетании с другими методами, например, для оценки независимой переменной.

3. Качественные методы социально- психологического исследования

*Наблюдение***.** Наблюдение - *это метод, состоящий в преднамеренном, систематическом и целенаправленном восприятии психических явлений*. В этом определении отражены основные требования, предъявляемые к организации и проведению такого исследования. Это, прежде всего наличие, ясно осознанной цели: для чего наблюдается поведение и на какие отдельные аспекты необходимо обратить внимание. Это отражается в составленном плане наблюдения, выделении отдельных категорий наблюдения.

Но не во всех видах наблюдения обязательно присутствуют указанные процедуры. Например, выделяют неструктурированное или несистематическое наблюдение, когда категории наблюдения не выделяются.

Основным видом является структурированное наблюдение. При таком исследовании используются строгие процедуры фиксации и кодирования: часто используют различную видеотехнику для записи поведения, чтобы в дальнейшем ее можно было качественно проанализировать. Наблюдение в этом случае можно организовать таким образом, что испытуемый не будет догадываться, что за ним наблюдают (хотя здесь надо помнить об этических принципах). В том случае, если нет возможности использовать видео технику, привлекают экспертов, наблюдающих за поведением непосредственно и регистрирующих определенные события.

Для описания данных обычно используют сетку категорий или единиц наблюдения. В социальной психологии очень известной является система категорий, отражающих основные типы взаимодействия, разработанная Р.Бейлсом.

К несистематическому наблюдению можно отнести биографический метод. Этот метод использовал Ф. Пиаже, наблюдая за развитием собственных детей.

Другими видами наблюдения являются *включенное и невключенное* наблюдение. Но правильнее было бы говорить не о четком разделении исследований на эти две группы, так как степень включенности может быть разной, и некоторые виды наблюдения занимают промежуточное положения межу этими двумя крайними формами.

Основным преимуществом включенного наблюдения является его гибкость, так как исследователь не устанавливает жестких рамок в отношении того, что собирается. Иногда невозможно изучать некоторые группы другими методами или получить необходимую информацию. Кроме того, это возможность получать надежные данные.

Основные трудности включенного наблюдения связаны с этическими проблемами, например, с обманом испытуемых, которые не предполагают, какую роль играет исследователь. Кроме того, из-за присутствия нового члена группы, может измениться поведение участников группы.

Далее, сам наблюдатель, почувствовав себя членом группы, может необъективно оценивать ситуацию. Следующая сложность связана с тем, что нельзя фиксировать данные непосредственно в момент наблюдения, поэтому он может что-то забыть. И, наконец, полученные данные обычно нельзя распространить на другие популяции.

Что касается надежности данных, полученных с помощью наблюдения, то не всегда можно говорить об объективности исследования, так как возможны следующие ошибки.

Во-первых, восприятие каждого человека является уникальным, и на него влияет множество факторов. Так, внимание привлекают обычно выдающиеся события, а другие можно просто не заметить. Большое влияние оказывает установка, когда исследователь склонен видеть то, что соответствует гипотезе, и не замечать события, опровергающие ее. Часто говорят о логических ошибках, когда, например, по умению красноречиво говорить делается вывод о высоком уровне интеллекта.

Контент-анализ – **(**буквально - «анализ содержания»**).** Метод анализа документов, когда в тексте выделяются специальные «единицы», а затем подсчитывается частота их употребления.

Многие события нельзя наблюдать непосредственно. Одни из них отделены от исследователя временем, другие возникают непредсказуемо, и у экспериментатора нет возможности застать их, и, наконец, есть события, когда исследователь не может вмешиваться в реальный ход и ему приходится изучать их только после того, как они произошли. Обычно их исследуют по художественным произведениям, средствам массовой

информации, известным речам, дневниковым записям, по картинам и другим продуктам деятельности человека.

Для этих целей в 40-50-е годы сформировался метод контент-анализа для исследования содержания продуктов деятельности человека, заключающийся в выделении и подсчете частоты встречаемости или объема смысловых единиц. Это метод наблюдения не людей, а того, что они производят.

Первоначально метод, названный контент-анализом, использовался для анализа сообщений печати, известных речей и так далее. Сейчас его широко используют в социальной психологии для различных целей: как вспомогательный метод при анализе ответов на открытые вопросы анкет, для анализа данных, полученных в ходе интервью, или как дополнительный инструмент в проективных методах. Часто он является первым этапом исследования, необходимый для формулирования гипотез. Кроме того, он используется как главный метод в тех случаях, когда исследование объекта невозможно другими способами. В социальной психологии часто проводят контент-анализ в сочетании с другими методами для изучения общения, ценностных ориентаций, взаимодействия в группе.

Можно условно выделить следующие этапы проведения контент-анализа. Первоначально формулируется гипотеза, на основе которой определяются объект исследования и основные категории. В качестве категорий могут выступать различные виды деятельности, социально-психологические феномены. По сути, это основные понятия проводимого исследования.

Одна из самых важных задач осуществить репрезентативный выбор материала. Если мы изучаем телевидение, то необходимо выбрать какие программы, в какое время будет исследователь смотреть.

Затем должен быть решен вопрос о единицах анализа, качественных и количественных. Качественные единицы – это содержательные элементы, которыми могут быть отдельные слова, темы, целые сообщения, поведенческие акты. Количественные - частота встречаемости объем, продолжительность и т.д.

Метод опроса или *метод самоотчета*, когда основная информация берется из ответов испытуемых. Основными видами опроса являются *анкетирование и интервью.*

Если проводится анкетирование, то испытуемому предъявляются вопросы в письменном виде, на которые необходимо ответить. Анкеты используются в том случае, когда необходимо опросить большое количество людей, а также в тех случаях, когда необходимо выяснить отношение людей к интимным или острым дискуссионным проблемам.

Вопросы, использующиеся в опросниках, могут быть открытыми и закрытыми. Чаще всего используются закрытые вопросы, когда испытуемый должен выбрать одну из двух или более альтернатив. При ответе на такие вопросы респондент находится в ситуации вынужденного выбора. Открытые вопросы не предусматривают никаких ответов, и

испытуемый может выразить свое мнение любым способом. Если в анкете используются открытые вопросы, то обычно она дает больше информации.

Устным видом опроса является интервью. *Интервью - это устный опрос, предполагающий общение "лицом к лицу", когда интервьюер сам задает вопросы и фиксирует ответы.*

Различают два вида интервью: *свободные и стандартизированные.* Границы между этими видами подвижны. Выделение этих видов интервью связано, во-первых, с типом вопросов, а во-вторых, со способом обработки полученных данных. Выделяют следующие типы интервью.

Свободное, неуправляемое интервью – когда респондент рассказывает о чем угодно, а исследователь не раскрывает тему интервью, задает вопросы и направляет беседу в нужное русло. Основная задача: помочь респонденту приблизиться к собственным проблемам и рассказать о них.

Стандартизированное интервью: интервьюер предъявляет точно установленные закрытые вопросы в определенном порядке, на которые респондент может отвечать любым образом.

Качественные методы дают богатый материал, но подвержены влиянию субъективных факторов, поэтому с их помощью нельзя получать объективные данные, как при использовании количественных методов. Кроме того, ход исследования трудно повторить и получить такие же данные.

Методы шкалирования. Специфическими для социальной психологии являются методы шкалирования и социометрический метод.

Одной из важных задач в социальной психологии является измерение аттитюдов, установок. Для этого обычно используются опросники, содержащие утверждения, с которыми испытуемый должен либо согласиться или нет, либо оценить их правильность, используя значения от 1 до 5 (или до 3, 7, 11). Сюда можно отнести метод равных интервалов, разработанный Терстоуном, метод суммарного рейтинга, разработанный Лайкертом, Метод семантического дифференциала Ч. Осгуда.

Социометрический метод предназначен для изучения взаимосвязей между членами малых групп. С его помощью можно описать структуру группы на основе различия в статусе, выделить отдельные группировки, а также измерить степень сплоченности.

Тема 3 Проблема личности в социальной психологии. Самость и Я - концепция личности

1. ***Самость, Я-концепция, идентичность***
2. ***Современные описания структуры и содержания Я-концепции.***
3. ***Особенности формирования Я-концепции***
4. ***Динамика развития самости и механизмы ее психологической устойчивости***

1. Самость, Я-концепция, идентичность

Не смотря на довольно широкую представленность категории самости в психологической литературе определение содержания данного понятия связано

с определенными трудностями. Широкая популярность термина «самость» в социально-психологической литературе сопровождается не менее широкими дискуссиями, от признания ее центральной категорией до ее полного игнорирования. Согласие теоретиков достигнуто лишь в том, самость не является однородной, константной, полностью последовательной и унитарной. Постоянно отражая себя, люди в каждый конкретный момент времени схватывают лишь микрочастицу этой своей бесконечной сущности, более того, подавляющая ее часть, подобно айсбергу, остается за пределами осознания.

В западной психологической традиции принято определение *самости как сложного, динамического единства, отражающего реализующееся поведение и опосредующее и регулирующего его*.

В отечественной традиции самость определяется как *интегральная целостность, «одноличие», «подлинность» индивида, его тождественность самому себе, на основании которой он отличает себя от внешнего мира и от других людей.*

Многоаспектность использования термина «самость» привело к его частому отождествлению с понятиями «Я», «Я-концепция», самосознание, идентичность.

Часто представленные попытки отождествления этих родственных понятий ошибочны. Если самость включает все аспекты человеческой сущности, в том числе и неосознаваемые, то Я-концепция – только осознаваемые, фиксируемые человеком и выступающие для него в качестве ориентиров для самооценки, саморазвития и т.п.

Существует несколько теоретических подходов к определению *идентичности.* Наибольшая заслуга в разработке данного понятия с точки зрения его структурно-динамических характеристик по праву принадлежит Э. Эриксону, все дальнейшие исследователи данной проблематики так или иначе соотносились с его концепцией. Впервые детально понятие идентичности было представлено в известной работе Э. Эриксона «Детство и общество» (1950). Эриксон понимал идентичность в целом как процесс «организации жизненного опыта в индивидуальное Я», что естественно предполагало его динамику на протяжении всей жизни человека.

Эриксон задает идентичность как сложное личностное образование, имеющее многоуровневую структуру**.** Это связано с тремя основными уровнями анализа человеческой природы: индивидным, личностным и социальным. Так, на первом, индивидном уровне анализа идентичность определяется им как результат осознания человеком собственной временной протяженности. Это есть *представление о себе как о некоторой относительно неизменной данности, человеке того или иного физического облика, темперамента, задатков, имеющем принадлежащее ему прошлое и устремленном в будущее*.

Со второй, личностной, точки зрения *идентичность определяется как ощущение человеком собственной неповторимости, уникальности своего жизненного опыта, задающее некоторую тождественность самому себе*. Эриксон определяет эту структуру идентичности как результат скрытой работы

Эго-синтеза, как форму интеграции Я, которое всегда есть нечто большее, чем простая сумма детских идентификаций.

Наконец, в-третьих, идентичность определяется Эриксоном как тот личностный конструкт, который отражает внутреннюю солидарность человека с социальными, групповыми идеалами и стандартами и тем самым помогает процессу Я-категоризации: это те наши характеристики, благодаря которым мы делим мир на похожих и непохожих на себя. Последней структуре Эриксон дал название *социальной идентичности*.

Представление о двух основных составляющих идентичности — персональной и социальной —наиболее полно воплотилось в теории социальной идентичности австралийского социального психолога Джона Тернера и английского социального психолога Генри Таджфела.

Важнейшие положения теории социальной идентичности формулируются в виде следующих постулатов.

1. Социальная идентичность складывается из тех аспектов образа «Я», которые вытекают из восприятия индивидом себя как члена определенных социальных групп (или категорий, как предпочитают обозначать их Тэджфел и Тэрнер). Так, например, в «Я-образ» входит представление о себе как о мужчине или женщине определенного социального статуса, национальности, вероисповедания, имеющего или не имеющего отношения к различным социальным организациям, и прочее.

2. Индивиды стремятся к сохранению или повышению своей самооценки, т.е. стремятся к положительному образу себя.

3. Социальные группы (или категории) и членство в них связаны с сопутствующей им положительной или отрицательной оценкой, существующей в обществе, следовательно, социальная идентичность может быть положительной или отрицательной.

4. Оценка собственной группы индивидом происходит через сравнение с другими группами определяется взаимоотношениями с некоторыми другими группами через социальное сравнение ценностно значимых качеств и характеристик. Т.е. в данном процессе сравнения задействованы не все параметры групп**,** а лишь ценностно- значимые качества и характеристики (один класс может соревноваться с другим, выясняя вопрос, кто умнее, а другой — кто сильнее). Сравнение, результатом которого становится положительное отличие своей группы от чужой, порождает высокий престиж, отрицательное — низкий.

2. Современные описания структуры и содержания Я-концепции.

Концепция Р.Бернса. Наиболее комплексное и максимально «удобное» с социально- психологической точки зрения видение проблемы структурных составляющих «Я» представлено в концепции Р. Бернса (1986). Он предлагает рассматривать *Я-концепцию как совокупность установок, направленных на самого себя.* Соответственно трехкомпонентной структуре социальной установки в Я-концепции также выделяются три составляющие: 1) образ «Я» — представления индивида о самом себе; 2) самооценка — аффективная оценка

этого представления, обладающая различной степенью интенсивности в зависимости от уровня принятия тех или иных самохарактеристик; 3) поведенческая реакция — те действия, которые вызываются образом «Я» и самооценкой.

Каждый из этих трех установочных компонентов может быть представлен, с точки зрения Р. Бернса, по крайней мере в трех модальностях: реальное «Я», отражающее те установки, которые связаны с актуальными способностями, ролями, статусами («Я-на-самом- деле»); социальное «Я», отражающее те установки, которые связаны с мнением человека о том, как его видят другие («Я-глазами- Других»); идеальное «Я», отражающее установки, которые связаны с представлениями человека о желаемом «Я» («Я-каким бы-я-хотел-быть»).

Когнитивный аспект Я-концепции. Когнитивные структуры нашего «Я» (или Я-репрезентации) – отражают основные характеристики нашего привычного самовосприятия. По сути, это самоописания через тот или иной набор отдельных черт, любые ролевые, атрибутивные или же статусные характеристики, которые, как справедливо замечает Р. Бернс, «можно перечислять до бесконечности». Одни из них являются более важными и более тесно связаны с поведением, чем другие; некоторые являются позитивными, некоторые же негативными; одни имеют отношение к актуальному опыту индивида, другие, напротив, связаны с прошлым опытом. Некоторые представления о себе являются как бы сердцевиной Я- концепции, в то время как другие выступают как периферийные. Центральные представления обычно более хорошо проработаны и более интенсивно воздействуют на социальное поведение человека, они могут быть как позитивными, так и негативными.

Аффективный аспект Я-концепции. Когнитивная составляющая Я-концепции не воспринимается человеком нейтрально, а всегда пробуждает те или иные чувства и оценки, интенсивность которых может варьировать в зависимости от социального контекста и от самого когнитивного содержания. Традиционно эта составляющая нашего «Я» обозначается концептом «самооценка», но в последнее время он все чаще сосуществует с таким понятием как «самоотношение». Когнитивные и аффективные структуры Я-концепции тесно взаимосвязанны. Так, например, если культурные различия порождают различные когнитивные содержания нашего «Я», они могут также порождать и различия в эмоциональном отношении к себе.

Для социально- психологических исследований «Я» поведенческая составляющая Я- концепции, как правило, выражается понятием самопрезентации.

В целом самопрезентация как поведенческая составляющая Я- концепции служит целям проверки и подтверждения ее когнитивной и аффективной структур. Тем не менее, в ряде исследований отмечается, что конкретные действия человека, которые могут быть вызваны его Я-репрезентациями и/или самоотношением, также зависят от многих факторов. Например, выделяются две устойчивые личностные диспозиции, опосредующие поведенческое выражение нашего «Я»: так называемое высокий или низкий самомонитаринг,

как два противоположных полюса вариаций тенденции человека контролировать свое поведение и производимое впечатление (М. Снайдер).

Концепция возможных самостей была разработана Х. Маркус и П. Нуриус (1986). *Возможные «Я»* содержат *знания индивида о себе в сослагательном залоге, с точки зрения его (или ее) возможностей, надежд и страхов*. Это идеальные «Я», какими мы *хотели бы* стать («богатый», «известный»); «Я», какими мы *могли бы* стать в будущем («профессионал», «имеющий детей»); «Я», какими мы *боимся стать* («бездомный», «алкоголик»). Репертуар возможных «Я» отражает динамическую природу знаний человека о себе, в нем когнитивно представлены цели, устремления, мотивы и опасения.

В отличие от иных составляющих возможные самости не проверены социальным опытом и поэтому не кристаллизовались в устойчивые аффективно-когнитивные структуры. Это самая изменчивая, экспериментирующая часть Я-концепции. Развитие человека можно представить себе как процесс приобретения, достижения или сопротивления некоторым возможным самостям, процесс, которым управляет «автор» проекта – самость человека. Динамично обновляемый репертуар возможных «Я» служит не только генеральным планом личного развития, но и основой для оценки и объяснения текущих знаний о себе.

Для изучения роли возможных самостей необходимо одновременно измерять другие, связанные с ними компоненты: прошлое «Я», из которого черпаем строительный материал для наших мечтаний; будущие самости, отражающие культурные нормы и наличные ресурсы; текущие, настоящие «Я», которые важны в качестве точек отсчета, как некая мера «истинного Я». Возможные самости являются результатом конструктивной работы «Я», социальных и культурных влияний. Соотношение различных компонентов в возможных «Я» позволяет судить о доле творческого вклада человека в свою жизнь.

Маркус и Нуриус предположили, что возможные «Я» в состоянии объяснить значительную долю изменчивости индивидуального поведения. Исследователи отмечают мотивирующую функцию как позитивных, так и негативных «возможных Я»: образ себя успешного в будущем или представление о себе как о потенциальном неудачнике «творит» реальный успех или неудачу, что, впрочем, давно известно в социальной психологии как феномен «самоосуществляющегося пророчества».

Концепция самоидентификаций Б. Членкера фокусируется на проблематике социальной идентичности, определяя ее как «теорию самости (или схемы) формируемой и сохраняемой посредством актуального или воображаемого согласия в отношении того, какой должна быть самость. В рамках идентичности у человека формируется ряд самоидентификаций, позволяющих ему приспосабливаться к различным обстоятельствам и их динамике. По его мнению в структуре самости существуют многочисленные, часто противоречащие друг другу, самоидентификации, связанные с оптимальным приспособлением к различного рода ситуативным контекстам.

Желаемые социальные идентичности привязаны, прежде всего, к требованиям конкретных ситуаций, социального окружения и преследуемым целям. В конечном итоге они выступают в качестве представлений человека о том, что он должен делать в той или иной ситуации, какие последствия его ожидают, как избежать негативных результатов. В схеме, предлагаемой Членкером, люди рассматриваются как мультимотивированные, активно работающие над самосответствием, развивающие позитивный образ собственного Я, прилагающие усилия для преодоления ситуаций, представляющих угрозу для самоидентичности.

Осуществляемый в межличностном взаимодействии процесс соотнесения Я – другие также таит в себе многочисленные ограничения для самоидентификации и самопрезентации. Процесс адаптации к идентичностям часто строится по схеме теории обмена – взвешивание затрат и получаемых выгод от взаимодействия личных и социальных императивов. Причем не только индивид взвешивает последствия проявления той или иной идентичности, но и социум включает свои регулятивы для стимулирования желательных ему самоидентичностей.

Концепция саморуководств Т. Хиггинса рассматривает человека как репрезентирующего для себя актуальное (чем мы действительно являемся), возможное и будущее Я. Возникающие между ними противоречия влияют на эмоциональное состояние человека, а как следствие — вызывают определенные психические расстройства. В частности, утверждается, что тревога или депрессия — результат противоречий между тем, чем мы действительно являемся, и тем, чем, по нашему мнению мы должны быть или ожидаем, что будем. Последние представления Т. Хиггинс называет «проводниками Я» (self-guides). Т. Хиггинс выделяет следующие «проводники Я»: наши собственные «долженствования» — те черты, которыми мы, по нашему мнению, должны обладать; наши представления о том, чем мы хотели бы быть (что очень близко по смыслу с «позитивными возможными Я» Х. Маркус); наши «долженствования», связанные с другими, указывающие на то, что, по нашему мнению, другие ожидают от нас; наши идеалы, связанные с другими, отражающие то, что другие, по нашему мнению хотят от нас.

Будущие «я» очень важны, потому что они помогают определить наши цели и направляют наши действия. Например, когда нам становится ясно, что наши настоящие «я» — те, кем мы, как нам кажется, являемся на самом деле, — не дотягивают до наших идеальных «я» — тех, кем мы должны быть, — мы начинаем тревожиться и эта тревога может мотивировать нас прилагать больше усилий для достижения наших целей**.**

Тип противоречия между этими двумя конструктами определяет тип эмоционального дискомфорта. Если противоречие возникает между Я-концепцией и «долженствованиями», то результатом будет тревожное состояние, если же основное противоречие лежит между Я-концепцией и идеалами (нашими собственными или идеалами других), то результатом будут депрессивные состояния. На сегодняшний день получен целый ряд экспериментальных подтверждений большинства положений Т. Хиггинса, в

результате чего данная концепция активно используется не только в социально-психологическом, но и клиническом анализе личности.

3.Особенности формирования Я-концепции

На сегодняшний день в рамках различных психологических традиций и школ накоплен огромный фактический материал, доказывающий зависимость Я-концепции от значимого социального окружения.

Формирование Я-концепции является весьма сложным процессом, рассматриваемым с позиций различных теоретических подходов, выдвигающих в качестве базовых те или иные принципы. Современная психология сводит их к четырем основным принципам: 1*) интериоризация, усвоение оценок других людей; 2) социальное сравнение; 3) самоатрибуция; 4) смысловая интеграция жизненных переживаний***.**

Принцип интериоризации чужих оценок (зеркальное отражение). Вводя понятие зеркальной самости Ч. Кули, описывал ее как следствие воображений или предположений людьми решений других людей в отношении их самости. Эта же идея была скрупулезно проработана Дж. Мид. Рассматривающего процесс формирования представлений о самом себе, как интернализацию мнений и оценок значимых других. Появляясь на белый свет, человек не обладает какой-либо системой критериев оценки самого себя. Он усваивает эти оценки от других и формирует на этой основе собственную систему критериев и представлений. В многочисленных исследования, проведенных по данному вопросу показана зависимость Я-концепции от отношений с первичными воспитателями, ровесниками и иными значимыми другими. Это влияние со стороны значимых других особенно возрастает в отношении тех компонентов Я-концепции, для которых не имеется достаточных оснований для собственных заключений. При чем, это влияние особенно возрастает при единодушии оценивающих значимых других.

В исследованиях Розенберга (1973) было показано, что мы склонны рассматривать себя подобно тому, как нам кажется думают другие, являющиеся значимыми для нас и чьему мнению мы доверяем. Эти значимые другие представляют своеобразную внутреннюю референтную группу для нас. Причем внутренняя референтная группа может быть как реальной, так и гипотетической.

Социальное сравнение. С течением времени, по мере формирования собственной системы критериев самооценивания, человек начинает все больше внимания уделять сравнению себя с другими. Этот процесс, получивший название социального сравнения впервые стал объектом серьезного психологического анализа еще в работах Джеймса, а в последующем Л. Фестингера, разработавшего теорию социального сравнения.

Л. Фестингер показал, что, сравнивая себя с другими, индивид получает возможность оценки собственных способностей, привлекательности, качеств личности и корректности поведения или взглядов, не только о его достоинствах и недостатках, но и об уникальности.

Л. Фестингер выделяет две функции сравнения себя с другими: *нормативную и сравнительную*. В нормативном сравнении индивид научается нормам, ценностям и аттитюдам, которые могут быть интернализованы и стать регуляторами поведения. Сравнительная функция предоставляет человеку информацию о своих способностях, характеристиках и атрибутах. Л. Фестингер считал первичной функцией социального сравнения точную оценку способностей и аттитюдов. Как результат, он отмечал склонность людей сравнивать себя со сходными другими. Таким образом, формулируя содержание принципа социального сравнения можно сделать следующее определение – человек, формируя представления о самом себе, сравнивает, во-первых, свое настоящее с прошлым, а притязания с достижениями; во-вторых, он сравнивает себя с другими людьми.

Роль принципа социального сравнения в формировании Я-концепции была показана во многих исследованиях. Вуд обозначает три функции социального сравнения: самооценка, саморазвитие и самовозвышения. В случае самооценки индивид сравнивает себя с другими для диагностирования и дифференциации информации о своих способностях. Получение этой информации создает основания для саморазвития. Наконец, саморазвитие создает предпосылки для самовозвышения.

Социальное сравнение является и необходимым условием саморазвития и самоизменения. Во-первых, человеку нужны координаты для самомониторинга изменений. Во-вторых, ему необходимо подтверждение реальности этих изменений, которое, опять-таки, осуществляется в сравнении себя с другими. В-третьих, ему необходимо внешнее подкрепление со стороны значимого окружения. По этой причине прогнозируя коррекционную работу по развитию тех или иных свойств и качеств личности, надо включать необходимость создания среды сравнения, на которой человек может фиксировать позитивную динамику. Если этой среды нет, становится сложным убедить человека в позитивных последствиях осуществляемых им действий.

Самопрезентация и самоверификация. Формирование Я-концепции включает и процессы самопрезентации и самоверификации. Формируя некоторый образ собственного Я, человек осуществляет своеобразную проверку точности этого образа и адекватности представлений о самом себе. Эта адекватность не может быть достигнута каким-либо иным путем кроме соотнесения с оценками, осуществляемыми другими людьми. В соответствии с принципом самопрезентации и самоверификации, формируя представления о том или ином аспекте собственного я, человек, *первое*, моделирует его в воображении, строит модель презентации, наконец, антиципирует возможные реакции на данное предъявление со стороны других людей, которые и выступают в качестве основного критерия адекватности – неадекватности. *Второе,* сравнивает антиципируемую реакцию с реальной и, в случае субъективной констатации совпадения, – укрепляется в осознании адекватности, в случае же несовпадения - предпринимает шаги по корректировке до момента совпадения. *Третье*, осуществляет текущий мониторинг адекватности, внося коррекции при необходимости.

Самоатрибуция. По мере накопления человеком некоторой суммы представлений о себе и об окружающем мире Я-концепция стабилизируется и человек в большей степени начинает полагаться либо на собственное мнение, либо на устойчивые оценочные шаблоны, зафиксированные в его опыте. Принцип самоатрибуции уходит своими теоретическими корнями в радикальный бихевиоризм Б.Ф.Скиннера и теорию самовосприятия Д. Бема, согласно которой индивид черпает информацию о своих эмоциях, установках и убеждениях из трех главных источников: из восприятия своих внутренних состояний, наблюдения своего открытого поведения и обстоятельств, в которых это поведение происходит. Чем слабее, противоречивее или непонятнее внутренние сигналы, тем больше человек опирается в своих суждениях о себе на наблюдаемые им факты своего внешнего поведения и его условия, то есть судит о себе по своим поступкам. Иными словами, наша Я-концепция в определенной степени есть результат наблюдения собственных действий: у нас часто нет четкого и ясного представления о том, чем мы являемся, и в этом случае мы смотрим на свои действия и обстоятельства, в которых они происходят, а затем делаем вывод о собственных мотивах и аттитюдах, стоящих за поведением, в результате приходя ко все более ясному пониманию самих себя.

Таким образом, **н**аблюдая за самими собой, наблюдая за тем, как относятся к нам другие, и, сравнивая себя с другими, мы начинаем понимать самих себя.

Смысловая интеграция. Перечисленные принципы не функционируют по отдельности, что они связаны друг с другом и доминирование одного из них соответствующим образом сказывается на других. Хотя интериоризация внешних оценок, социальное сравнение и самоатрибуция – психологически разные процессы, они взаимосвязаны и часто переходят друг в друга на основе принципа смысловой интеграции «образа Я».

Идея единства и смысловой интегрированности в формировании Я-концепции отмечалась И.С. Коном, подчеркивавшим, что это понятие сходно по своей сути с принципом «психологической центральности» М.Розенберга, согласно которому значение любого компонента самости» зависит от его места в ее структуре (является он центральной или периферийной, главной или второстепенной, важной или неважной его частью), понятие смысловой интеграции – более емкое – подчеркивает не только системность, целостность «образа Я», но и его ценностно-смысловой характер, неразрывную связь когнитивных аспектов «самости» (что, насколько и благодаря чему осознается) с мотивационными. Часто человек в своих проявлениях демонстрирует диаметрально противоположные грани собственного Я, что создает сложности в описании и объяснении интегрированности его образа.

4.Динамика развития самости и механизмы ее психологической устойчивости

Общепризнанной считается точка зрения о том, что образ собственного Я первоначально неотделим от образа первичного воспитателя. Штерн выдвинула гипотезу, что в возрасте 9 месяцев «образ Я» у ребенка представлен лишь в

виде отдельных жизненных эпизодов его социальных взаимодействий, представленный в виде "небольших, связанных кусков прожитых жизненных переживаний". Повторяющиеся эпизоды организуются и превербально воспроизводятся как обобщенные представления взаимодействий. Посредством различного рода комбинаций вербальных и невербальных реакций первичный воспитатель формирует реакции младенца, фиксируя их. Эти фиксации Штерн называет «аффективными настройками».

Большинство исследователей придерживаются точки зрения Дж. Мида о том, что о собственно Я-концепции можно говорить лишь при появлении способности осознавать роль других. В этом контексте можно говорить о том, что рабочая Я-концепция личности ребенка начинает оформляться после одного года (Боулби 1969).

С обретением языка начинается процесс дифференциации Я-концепции. Значение языка для развития Я-концепции очевидно, поскольку развитие способности ребенка к символическому отражению мира помогает ему выделить себя из этого мира («Я», «мое», и т. д.) и дает первый толчок к развитию Я-концепции. С этого момента у ребенка начинает формироваться ряд схем самости. К 7-8 годам можно говорить о наличии у ребенка стабильной, хорошо дифференцированной Я-концепции.

Дэмон и Харт рассматривают процесс становления Я-концепции как стадиальный, выделяя ряд последовательных стадий самопонимания. В раннем детстве самопонимание обычно сосредотачивается на характеристиках собственного состояния, предпочтениях и антипатиях. В среднем детстве дети предпочтительнее используют социальное сравнение относительно значимых других, описывая себя в определенной системе координат. В ранней взрослости акценты смещаются на межличностные характеристики, наконец, в старости - на мировоззрение, философию и мораль.

М. Розенберг, подчеркивая полностью межличностный характер самости на протяжении всего ее становления и развития, отмечает, в то же время, возрастное изменение ее формы. У детей характерной особенностью является включение других в самоописания, взрослые же более склонны к включению в описания самих себя межличностных чувств, взаимодействий с другими людьми.

В целом, характеризуя возрастную динамику развития Я-концепции отмечается следующее: увеличение количества описательных категорий; рост гибкости и определенности в их использовании, повышение уровня избирательности, последовательности, сложности и интегрированности информации; использование все более тонких оценок и связей между ними; рост способности анализировать и объяснять поведение людей, увеличение внимания к изложению материала, желание сделать его более убедительным.

В процессе взросления образы Я становятся:

1. более дифференцированными и многокомпонентными;
2. более обобщенными, переходя от фиксации случайных, внешних признаков к более широким поведенческим характеристикам и, наконец, к глубоким внутренним диспозициям;

3. более индивидуальными и психологическими, подчеркивая скрытые детерминанты и мотивы поведения, а так же свои отличия от других людей;

4. собственное Я кажется более устойчивым;

5. возникает и постепенно усиливается разграничение и противопоставление наличного и идеального (желаемого, должного) «Я»;

6. меняется удельный вес и значимость осознаваемых компонентов и свойств самости.

У.Джеймс считал, что центральное, глобальное «Я» к тридцати годам застывает, как штукатурка», но у нас также есть множество различных социальных «Я», которые мы проявляем в различных социальных взаимодействиях.

Маркус и Нириус утверждают, что «Я»–концепция в любой данный момент времени — это в действительности рабочая «Я»-концепция, которая открыта к изменениям в ответ на новый опыт, новые реакции и новую информацию, имеющую отношение к личности человека. Тем не менее, в преставлениях человека о себе отмечается существенный элемент стабильности

Одной из важнейших функций Я-концепции является – обеспечение внутренней согласованности. Чем сложнее и многообразнее деятельность индивида, чем более дифференцированным и тонким становится его самосознание, тем труднее поддержание внутренней согласованности и устойчивости «Я». Человеческая психика имеет для этой цели целый ряд средств самоподдержания, которые З.Фрейд, впервые обративший на них серьезное внимание, назвал защитными механизмами, с помощью которых из сознания вытесняется неприемлемая для него информация о мире и о самом себе.

Многие психологи (Г.Олпорт, Э.Хилгард, Г.Мёрфи и другие) полагают, что одним из центральных объектов психологической защиты является именно «образ Я», причем защищать его приходится не только в чрезвычайных, стрессовых ситуациях, но постоянно, ежечасно.

Если новый опыт, полученный индивидом, согласуется с существующими представлениями о себе, он легко ассимилируется, входит в Я-концепцию. Если новый опыт не вписывается в существующие представления, противоречит уже имеющейся Я-концепции, он может отторгаться. Противоречивый опыт может усваиваться с помощью защитных механизмов (т.е. избирательного, субъективного интерпретирования новой информации), которые позволяют удерживать Я-концепцию в уравновешенном состоянии, поддерживает ее устойчивость даже если реальные факты ставят ее под угрозу.

В настоящее время описано большое количество различных механизмов психологической самозащиты. Анна Фрейд в своей книге «Психология Я и защитные механизмы» указывает, что в работах Фрейда насчитывается около девяти механизмов защиты. Сама Анна Фрейд насчитывает 15 самостоятельных механизмов. В дальнейшем последователи психоанализа

чрезвычайно расширили перечень защитных механизмов. В работе шведского психоаналитика Х. Себэка, посвященной анализу современных представлений о защитном процессе, приводится список из 27 защитных механизмов.

Тем не менее, лишь часть из этих механизмов имеет отношение к плоскости социально-психологической самозащиты, направленной на поддержание устойчивости представлений человека о самом себе и окружающем его социальном мире.

К конкретным механизмам, которые обеспечивают устойчивость Я-концепции, относятся следующие.

Вытеснение – подавление, исключение из сознания информации, вносящей напряжение и тревогу в сознание. Сталкиваясь с тревожной информацией человек предпринимает целенаправленные неосознаваемые усилия для того, чтобы "честно" забыть ее, обеспечивая сохранение позитивного самоотношения. Примером применения такого рода защиты является целенаправленное выталкивание из сознания собственных негативных действий, а так же событий, отрицательно характеризующих личность.

Подавление – блокирование неприятной, нежелательной информации, осуществляемое при переводе ее из воспринимающей системы в память, либо при выводе из памяти. Нежелательная информация маркируется таким образом, что бы в последующем не воспроизводиться. Исследования когнитивных психологов показали наличие существенных сложностей связанных с припоминанием информации, вызывающей отрицательные эмоции.

Отрицание – стремление избежать новой информации, несовместимой со сложившимися представлениями. Человек становится невосприимчив к тем граням своей жизни, которые чреваты для него неприятными ощущениями. В данном случае имеет место своеобразная "страусиная" стратегия, выражающаяся в том, что человек ничего не хочет видеть и слышать, неосознаваемо тревожась, что выстроенный им иллюзорный мир рухнет.

Избегание – тенденция избегания фрустрирующей ситуации или объектов, ассоциирующихся с неприятными воспоминаниями. Этом механизм проявляется в стремлении людей не встречаться со знакомыми, оказавшимися свидетелями их негативных проявлений, а так же мест, напоминающих о неприятных событиях.

Обособление – изоляция, обособление внутри сознания особых зон, связанных с травмирующими факторами, часто ведущие к расщеплению, диссоциации личности. В рамках сохранения "собственного лица" люди часто как бы обособливают свои негативные действия, объясняя себе их тем, что они вынуждены экстраординарными обстоятельствами. В обычных обстоятельствах эти действия просто не имели бы места. Так, человек, совершивший хамский поступок, вызвавший осуждение, начинает выгораживать себя, ссылкой на вынудившие его обстоятельства.

Рационализация – самообман, попытка рационально обосновать абсурдный импульс или идею. Примером рационализации является стремление найти у несимпатичного человека уймы несуществующих недостатков. Причем рационализация может быть как негативно, так и позитивно валентной.

Примером позитивно валентной рационализации является кумиризация или идеализация героя, вождя, идола и т.п. В частности, влюбленные часто приписывают друг другу набор качеств объективно не присутствующих, что часто создает основу для последующих разочарований. Логика тут простая - моим избранником может быть только идеал, а следовательно у него должен быть такой набор позитивных характеристик.

Проекция – бессознательный перенос собственных чувств, влечений, качеств на другое лицо. Нечистый на руку рассматривает и всех остальных как таких же. Курильщик снимает тревогу находя себе подобных. Двоечник восстанавливает позитивное самоотношение в случае нахождения "друзей по несчастью. Как и в случае рационализации можно говорить о позитивно и негативновалентных разновидностях. В случае позитивновалентной проекции человек начинает проецировать свои позитивные качества на избранного другого, забывая, что присутствие их вовсе не является нормой.

Идентификация – разновидность проекции, неосознаваемое отождествление себя с другим человеком и перенос на себя желательных свойств и качеств. Особенно характерна для младшего возраста, в котором часты случаи ролевой идентификации с героем. Ребенок начинает верить в то, что он Рембо и ощущает себя сильным и уверенным.

Конверсия – изменение значения, содержания явления на более приемлемое. Человек обозначает то или иное негативное деяние более мягким термином, тем самым уменьшая остроту переживаний. Не украл, а взял, не сбежал, а ушел и т.п. Причем, конверсия часто используется и для успокоения общественного самосознания.

Регрессия – замена значимой, но труднодостижимой цели на менее значимую, но легче достижимую. В данном случае человек, опасаясь возможной неудачи в решении сложной задачи (например, поступления в престижный ВУЗ) выбирает задачу попроще, а для себя рассказывает "сказку" о том, что образование можно получить везде, прилагая соответствующие усилия и обладая способностями, в наличии которых у себя он не сомневается.

Компенсация – неудачи в одной сфере деятельности компенсируются сверхдостижениями в другой. Примером компенсации является "уход" в работу, семью и т.п.

Фантазия – использование в качестве заместителей достижений их образов. Человек достигает в мечтах глобальных целей и удовлетворяется. Примером такого рода является маниловщина.

Формирование реакций – включает подчеркивание представлений и характеристик, противоположных наличным недостаткам. Например, мать, неосознаваемо ненавидящая ребенка, всячески демонстрирует свою любовь к нему, человек, склонный к гомосексуализму – становится Доном Жуаном.

К. Роджерс предложил только два механизма защиты, которые используются человеком для сведения к минимуму осознания несоответствия внутри "Я" или между "Я" и переживанием: *искажение восприятия и отрицание.*

По К. Роджерсу, защитное поведение сохраняет существующую структуру «Я» и не позволяет человеку потерять самоуважение. *Искажение восприятия*

имеет место, когда несоответствующее переживание допускается в сознание, но только в форме, которая делает его совместимым с каким-либо аспектом Я-образа человека. Роджерс иногда объясняет такое выборочное восприятие как рационализацию. Переживание воспринимается сознанием, но его истинный смысл остается непонятым. В случае отрицания, менее встречаемой, с точки зрения Роджерса, защитной реакции, человек сохраняет целостность своей Я-структуры, полностью уходя от осознания угрожающих переживаний.

Отрицание встречается каждый раз, когда человек отказывается признаться себе, что переживание имело место. Если стратегия отрицания доведена до крайности, могут иметь место тяжелые психологические последствия. Роджерс указывал, что отрицание может привести к паранойе, бреду и к множеству других психических расстройств. По К. Роджерсу, если между «Я» и текущими переживаниями существует значительное несоответствие, то защита «Я» может стать неэффективной. В таком состоянии несоответствующие переживания точно символизируются в сознании, и самооценка разрушается.

Когнитивные стратегии улучшения и защиты образа «Я»

Люди хотят видеть себя в положительном свете по крайней мере по двум причинам.

Во-первых, положительное мнение о себе приносит веру в то, что они эффективны, а эта вера помогает аккумулировать энергию, необходимую для того, чтобы этих целей достигнуть (Бандура, 1977). С этой точки зрения позитивный взгляд на себя ведет к успеху.

Во-вторых**,** отношение к самим себе показывает, насколько хорошо идут дела в социальной жизни.

Л. Фестингер (теория социального сравнения) к когнитивным стратегиям, которые люди используют для того, чтобы улучшить или защитить свой образ, относит *социальное сравнение.* Как известно, социальное сравнение — это один из способов формирования и развития Я-концепции, но оно может быть использовано и с целью представить самих себя в лучшем свете. Для этого можно использовать *нисходящее социальное сравнение*, то есть сравнение себя с кем-то, кто менее удачлив, менее способен, мене привлекателен и т.д. Нисходящее сравнение может улучшить или защитить «образ Я» только тогда, когда другой человек находится в положении явно менее благополучном. Поэтому люди часто ищут способы принизить других людей или поставить себя выше их.

Иногда люди могут формировать положительный взгляд на себя с помощью *восходящего социального сравнения* — сравнивая себя с теми, кто находится в относительно лучшем положении. Эта стратегия может быть и опасной для человека. С одной стороны, она может принести пользу, побуждая улучшать собственные достижения. С другой стороны, такая стратегия несет в себе риск, поскольку может снизить самооценку. Поэтому они стараются убедить себя, в том, что находятся примерно на том же уровне.

Существует несколько свидетельств, подтверждающих гипотезу о том, что люди испытывают желание связать себя с теми, кто кажется им более состоятельным. Для этого они часто подчеркивают, что они имеют какое-то отношение к тем, кто уже добился успеха и уважения, или повышают статус людей или событий, с которыми ощущают себя прочно связанными (видят в выгодном свете своих друзей, родственников и социальные группы, к которым принадлежат).

Таким образом, желание улучшить и защитить собственный внутренний образ влияет на то, к кому обращается наше внимание и что мы о них думаем. Применяя стратегию нисходящего сравнения, мы фокусируем внимание на тех, кто в чем-то хуже нас, и думаем о них как об отличающихся от нас и менее достойных уважения людях. Иногда мы используем также стратегию восходящего сравнения, сосредоточивая свое внимание на тех, кто в чем-то лучше нас, в надежде, что нам удастся воспользоваться «отраженной славой».

Д. Майерс отмечает еще один ресурс поддержания позитивного самоотношения или оправдания собственных деяний – возможность множественной интерпретации событий, наделение их самыми разнообразными смыслами (особенности атрибутирования).

Эта возможность переинтерпетации в целях сохранения позитивного самоотношения, а в конечном итоге устойчивости Я-концепции, обозначается Д. Майерсом как *самоудовлетворяющие предубеждения или тенденции*. К ним относятся:

– готовность человека воспринять все то, что говорится о его успехах, отнеся успех на счет собственных способностей и усилий, а неудачи приписать влиянию внешних факторов — например, невезению или изначальной «неразрешимости» проблемы;

– приписывание большего значение тому, что хорошо получается;

– эффект ложного консенсуса – переоценка количества людей, которые мыслят и поступают так же, как и мы.

– склонность выдвигать в качестве критериев оценки других людей собственных сильных сторон. Чем выше мы оцениваем какие-то свои способности и качества (ум, настойчивость, чувство юмора), тем чаще используем именно их в качестве основы для оценки других;

– объяснение причинности, направленное на поддержание самоудовлетворенности (человек отбирает причины, устраивающие его, и игнорирует - не устраивающие);

– сравнения в собственную пользу (избирается устраивающая система координат или эталонов и провозглашается единственно верной);

– переоценка желательности именно совершенных действий в данной ситуации (я не мог поступить иначе);

– забывание прошлого в выгодном для себя свете;

– стремление к нахождению дополнительных возможностей самооправдания при невозможности избавиться от воспоминаний о совершенных негативных действиях;

преувеличение объективности результатов проверки собственных действий в случае их позитивности;

– склонность к эгоцентризму, проявляющаяся в преувеличении собственной – ответственности за действия других людей при объективно весьма незначительной роли для них (стремление дать совет при отсутствии просьбы о нем);

– склонность к рассмотрению собственных поведенческих мотивов как более позитивных, а мотивов других людей - как менее позитивных (я помог по причине собственной альтруистичности, он – из-за корысти);

– нереалистический оптимизм в отношении будущего развития событий.

Общая направленность перечисленных самоудовлетворяющих предубеждений очевидна – сохранение позитивного самоотношения

Тема 4 Социализация личности: социально - психологический аспект

1. Сущность социализации как социально-психологического феномена

2. Теоретические подходы к проблеме социализации

3. Институты социализации и механизмы их влияния

1. Сущность социализации как социально-психологического феномена

Одними из важнейших социально-психологических вопросов является, вопрос о том, как человек развивается и как он входит в социальную жизнь? В социальной психологии данная проблематика обычно ассоциируется с категорией «социализация». Само понятие «социализации» было введено в социальную психологию в 1940-50 годы в работах А. Бандуры и Дж. Колемана, которые изучали особенности формирования социального опыта личности.

Социализация — это процесс, посредством которого люди усваивают правила поведения, а также системы убеждений и установок, позволяющие индивиду успешно действовать в качестве члена общества (М. Хьюстон, В. Штрёбе, 2004). В процессе социализации человека осуществляется его вооружение инструментами адаптации к социальному миру.

В зарубежных исследованиях к феноменологии социализации относят социальное поведение в целом, а так же про- и асоциальное поведение и моральное развитие, в частности, и большинство современных исследований посвящено именно этим проблемным вопросам. Более того, сталкиваясь с проявлениями асоциальности в поведении, общество формирует своеобразный социальный заказ социальным психологам на изучение проблематики социализации.

В отечественной психологии в качестве ведущих феноменов социализации выделяют – усвоение стереотипов поведения, действующих социальных норм, обычаев, интересов, ценностных ориентиров социальной среды, в которой он функционирует. Без этих ориентиров социальное взаимодействие человека

становится невозможным, более того под угрозой становится и его выживание как биологического существа.

В системе отечественной психологии употребляются два термина в качестве синонимов социализации: развитие личности и воспитание. Формирование личности не исчерпывается понятием «социализации», не сводимо только к нему. Развитие личности осуществляется, как минимум, посредством двух процессов: социализация и саморазвитие личности. Таким образом, в социализации личность выступает как объект социального воздействия. В процессе развития – личность выступает не только как объект, но и субъект социальных отношений, способный оказывать воздействие на другого человека и на себя, т.е. не сбрасывается со счетов активность самой личности.

Социализация осуществляется через ряд условий, которые могут быть названы факторами. Факторами социализации являются – целенаправленное воспитание, обучение и случайные социальные воздействия в процессе деятельности и общения. Воспитание и обучение (в узком смысле) – это специально организованная деятельность с целью передачи социального опыта индивиду (ребенку) и формирования у него социально желательных стереотипов поведения, качеств и свойств личности. Социализация может осуществляться и стихийно. Случайные социальные воздействия имеют место в любой социальной ситуации, т.е. когда взаимодействуют два или более индивидов.

Г.М.Андреева определяет *социализацию как процесс трансляции норм и ценностей, позволяющих формировать и расширять социальные связи личности с миром в трех основных сферах – предметной деятельности, общении и самосознании.* Важнейшие трансляторы норм и ценностей – большие и малые группы.

Основные направления социализации, соответствуют ключевым сферам жизнедеятельности человека: поведенческой, эмоционально-чувственной, познавательной, бытийной, морально-нравственной, межличностной. Таким образом, в процессе социализации люди обучаются тому,

- как себя вести,
- как эмоционально реагировать на различные ситуации, переживать и проявлять различные чувства;
- каким образом познавать окружающий социальный и физический мир;
- как организовывать свой быт;
- каких морально-этических ориентиров придерживаться;
- как эффективно участвовать в выстраивании формальных и неформальных взаимоотношений и многое, многое другое.

От того, каков будет процесс социализации, во многом определяется и последующая гармония или дисгармония социального бытия человека.

2.Теоретические подходы к проблеме социализации

Поскольку сегодня нельзя говорить о наличии какого-либо общепризнанного подхода к социализации, целесообразно рассмотрение обозначенной проблемной области посредством представления широкого спектра подходов, наработанных в разных психологических традициях.

Психодинамический подход как наиболее продуктивный и разноплановый, объединяет исследователей, придерживающихся позиции о решающем значении для будущего личности раннего детства. Психоаналитическая теория развития основывается на 2-х предпосылках.

Первая, или генетическая, делает упор на том, что переживания раннего детства играют критическую роль в формировании взрослой личности. Фрейд был убежден, что основной фундамент личности закладывается в очень раннем возрасте, до 5-ти лет.

Вторя предпосылка состоит в том, что человек рождается с определенным количеством сексуальной энергии (либидо), которая затем проходит в своем развитии через несколько психосексуальных стадий.

З.Фрейд рассматривал ребенка как импульсивного, эмоционально несдержанного и не способного регулировать удовольствия. Согласно Фрейду все стадии тесно связаны с эрогенными зонами, т.е. чувствительными участками тела. Он был убежден, что эрогенные зоны являются потенциальными источниками напряжения и что манипуляции в области этих зон ведут к снижению напряжения и вызывают приятные ощущения. Так, кусание или сосание вызывает оральное удовольствие и т.д.

Таким образом, наименования стадий основаны на названиях областей тела, стимуляция которых приводит к разрядке энергии либидо.

Термин «психосексуальный» (стадии) подчеркивает, что главным фактором, определяющим развития человека, является сексуальный инстинкт, который прогрессирует от одной эрогенной зоны к другой в течение жизни человека.

Фрейд выделяет два важных фактора развития – фрустрация и сверхзаболивость. В случае фрустарции психосексуальные потребности ребенка (например, сосание, кусание или жевание) пресекаются родителями, воспитателями и др. и поэтому не находят оптимального удовлетворения.

При сверхзаботливости со стороны родителей ребенку предоставляется мало возможностей (или вообще нет) самому управлять своими внутренними функциями. В результате у ребенка формируется чувство зависимости и некомпетентности.

В любом случае, как считал Фрейд, в результате происходит чрезмерное скопление либидо в той стадии, на которую пришлись фрустрация или сверхзаботливость, и происходит фиксация – задержка или остановка на определенной психосексуальной стадии. В зрелые годы это может выразиться в виде «остаточного» поведения, т.е. будут сформированы определенные черты характера, ценности, установки. Например, упорное сосание пальца 10-летним мальчиком свидетельствует о фиксации на оральной стадии.

Таким образом, дети проходят ряд стадий психосексуального развития. На каждой стадии интересы ребенка и окружающих его людей (родителей,

педиатров, родных, учителей и т.д.) сосредоточены вокруг какой-то определенной части тела (эрогенной зоны), которая служит источником получения удовольствий. Для каждой стадии характерен конфликт между стремлением к удовольствию и ограничениями, накладываемыми сначала родителями, а потом и «Суперэго».

По его мнению социализация начинается с момента подавления обществом инстинктивных мотивов к достижению удовольствия. Проблемы во взаимоотношениях ребенка с родителями и определяют своеобразие последующего развития.

Фрейд выделил четыре последовательных стадии развития личности: оральную, анальную, фаллическую и генитальную. В эту схему развития Фрейд включил и латентный период, который в норме приходится на промежуток между 6 и 7 годами жизни ребенка и началом половой зрелости (6-12 лет).

Первые три стадии развития охватывают возраст от рождения до 5 лет и называются прегенитальными стадиями, поскольку зона половых органов еще не стала главенствующей в становлении личности. Четвертая стадия совпадает с началом пубертата (полового созревания).

Оральная стадия (от рождения до 2-х лет). На этой стадии эрогеннной зоной является рот. Энергия младенца направлена на то, чтобы получить удовлетворение через рот (в основном, прием пищи, и сосание, кусание каких-то предметов). Фрейд был убежден, что рот остается важной эрогенной зоной в течение всей жизни человека. Даже в зрелости можно наблюдать остаточные проявления орального поведения – жевание резинки, обкусывание ногтей, курения, поцелуев и переедания. Оральная стадия заканчивается, когда прекращается кормление грудью. Все дети испытывают трудности отлучения от груди, т.к. это лишает их соответствующего удовольствия. Чем больше эти трудности, тем сильнее концентрация либидо на оральной стадии. Фрейд выдвинул постулат, согласно которому у ребенка, который получал чрезмерную или недостаточную стимуляцию в младенчестве, скорее всего в дальнейшем сформируется орально-пассивный тип личности. Человек этого типа – веселый и оптимистичный, ожидает от окружающих материнского отношения к себе и постоянно ищет одобрения любой ценой. Доверчив, пассивен и чрезмерно зависим.

В течение второй половины первого года жизни начинается вторая фаза оральной стадии – *орально-агрессивная, или орально-садистическая фаза.* У младенца появляются зубы, и теперь кусание и жевание (а не сосание) становятся средствами выражения фрустрации, которая вызвана отсрочкой удовлетворения. Фиксация на этой фазе выражается у взрослых в таких чертах как любовь к спорам, пессимизм, сарказм, циничное отношение к окружающему.

Чрезмерное удовлетворение на стадии грудного вскармливания может привести к тому, что, став взрослым, человек будет предельно самостоятельным без видимых на то оснований. И, наоборот, неудовлетворенность, неприятные ощущения в этот период могут обусловить формирование очень зависимого взрослого.

О людях, которые постоянно раздражены, агрессивны или саркастичны, склонны к перееданию, грызут ногти, много говорят, курят, любят жевательную резинку, леденцы, З.Фрейд сказал бы, что «все они застряли на оральной стадии развития».

Анальная стадия. От 18месяцев до 3-его года жизни. Маленькие дети получают удовольствие от задержания и выталкивания фекалий. Они постепенно научаются усиливать удовольствие путем отсрочки опорожнения кишечника. Фрейд был убежден, что способ, которым родители приучают ребенка к туалету оказывает влияние на его более позднее личностное развитие. Он утверждал, что все будущие формы самоконтроля и саморегуляции берут начало в анальной стадии.

Существуют две тактики поведения родителей по приучению детей к туалету. Одни родители ведут себя негибко и требовательно, настаивают, чтобы ребенок сейчас же сходил на горшок. В ответ ребенок может отказаться и у него начнутся запоры. Если эта тенденция «удерживания» распространяется на другие виды поведения, у ребенка может сформироваться анально-удерживающий тип личности – необычайно упрям, скуп, методичен и пунктуален.

Другой вариант анальной фиксации, обусловленный родительской строгостью в отношении туалета, – анально-выталкивающий тип – ему характерны склонность к разрушению, беспокойство, импульсивность и даже садистическая жестокость.

Другие родители, наоборот, поощряют своих детей к регулярному опорожнению кишечника и щедро хвалят их за это. С точки зрения Фрейда, такой подход, поддерживающий старания ребенка контролировать себя, воспитывает позитивную самооценку и даже может способствовать развитию творческих способностей.

Фаллическая стадия. Между 3 и 6 годами интересы ребенка, обусловленные либидо, сдвигаются в новую эрогенную зону, в область гениталий. На этой стадии дети могут рассматривать и исследовать свои половые органы, мастурбировать и проявлять заинтересованность в вопросах, связанных с рождением и половыми отношениями. Фрейд считал, что большинство детей понимают суть сексуальных отношений более ясно, чем полагают родители. Дети могут оказаться свидетелями полового акта родителей и воспринимают половой акт как агрессивные действия отца по отношению к матери.

Описание именно этой стадии стало предметом серьезных споров и недопонимания. Конфликт на этой стадии состоит в том, что Фрейд назвал эдиповым комплексом (у девочек- комплекс Электры). Описание этого комплекса Фрейд заимствовал в трагедии Софокла «Царь Эдип», в которой Эдип, царь Фив, непреднамеренно убил своего отца и вступил в кровосмесительную связь с матерью. Когда Эдип понял, какой –чудовищный грех он совершил, он ослепил себя. Этот миф, по мнению Фрейда, символизирует неосознанное желание каждого ребенка обладать родителем

противоположного пола и одновременно устранить родителя одного с ним пола.

В возрасте между 5 и 7 годами эдипов комплекс разрешается: мальчик вытесняет из сознания (подавляет) свои сексуальные желания в отношении матери и начинает идентифицировать себя с отцом (перенимает его черты). Этот процесс выполняет несколько функций:

- мальчик приобретает набор ценностей, моральных норм моделей полоролевого поведения, которые показывают, что значит быть мужчиной;
- он интернализует родительские запреты и основные моральные нормы, что является почвой для формирования суперэго.

Версия эдипова комплекса у девочек получила название комплекса Электры. Электра уговаривает своего брата Ореста убить их мать и ее любовника и таким образом отомстить за смерть отца. С возрастом девочка также подавляет свое тяготение к отцу и идентифицируется с матерью.

Взрослые мужчины с фиксацией на фаллической стадии ведут себя дерзко, они хвастливы и опрометчивы, стремятся добиваться успеха и постоянно доказывают свою мужественность путем безжалостного завоевания женщин (поведение по типу Дон Жуана).

У женщин фаллическая фиксация приводит к склонности флиртовать, обольщать, к беспорядочным половым связям. Некоторые женщины, наоборот, могут бороться за главенство над мужчинами, могут быть настойчивыми и самоуверенными. По мнению Фрейда, импотенция и фригидность являются следствием неразрешенных проблем эдипова комплекса.

Латентный период. В промежутке от 6-7 лет до начала подросткового возраста. Фаза сексуального затишья.

Генитальная стадия. С наступлением половой зрелости восстанавливаются сексуальные и агрессивные побуждения. Либидозная энергия возвращается к половым органам. Согласно Фрейду, все индивидуумы проходят в раннем подростковом возрасте через гомосексуальный период. Новый взрыв сексуальной энергии подростка направлен на человека одного с ним пола (на учителя, соседа, сверстника). Но постепенно объектом энергии либидо становится партнер противоположного пола, и начинается ухаживание.

Генитальный характер – это идеальный тип личности в психоаналитической теории. Это человек зрелый и ответственный в социально-сексуальных отношениях. Однако, если в раннем детстве были разные травматические переживания с соответствующей фиксацией либидо, то нормальное вхождение в генитальную стадию становится трудным, если не невозможным.

Последователи Фрейда не были столь категоричны в выдвижении сексуальности в качестве ведущего мотива. Э. Эриксон в своих теоретических построениях уделял больше внимания социальным, культурным историческим факторам и выделил ряд стадий *психосоциального* развития личности.

1. Доверие – недоверие (грудной возраст). Развитие ребенка определяется почти исключительно общением с ним взрослых людей, в первую очередь,

матерью. Уже здесь могут возникать предпосылки к проявлению в будущем стремления к людям или отстраненность от них.

Нормальная линия развития – доверие к людям как взаимная любовь, привязанность, взаимное признание родителей и ребенка, удовлетворение потребностей детей в общении и их жизненно важных потребностей.

Аномальная линия развития – недоверие к людям как результат плохого обращения матери с ребенком, игнорирования, пренебрежения им, лишение любви. Слишком раннее или резкое отлучение от груди, его эмоциональная изоляция.

2. Автономия – стыд и сомнения. (1-2года). Определяет формирование у ребенка таких личностных качеств, как самостоятельность и уверенность в себе. Их становление опять же зависит от характера общения и обращения взрослых с ребенком.

Нормальная линия развития - Ребенок смотрит на себе как на самостоятельного, но еще зависимого от родителей человека.

Аномальная линия – сомнение в себе или гипертрофированное чувство стыда. Ребенок чувствует свою неприспособленность, сомневается в своих способностях, испытывает лишения, недостатки в развитии элементарных двигательных навыков (например, хождение). Слабо развита речь, сильное желание скрыть свою ущербность от окружающих людей. Чувство стыда.

3. Инициатива – чувство вины (3-5 лет).

Нормальное развитие – активность, живое воображение, активное изучение окружающего мира, подражание взрослым, включение в полоролевое поведение, инициативность.

Аномальное развитие – Пассивность. Вялость , отсутствие инициативы, инфантильное чувство зависти к другим детям и людям, подавленность, уклончивость, отсутствие признаков полоролевого поведения, чувство вины.

4. Трудолюбие – неполноценность (5-11 лет).

Нормальное развитие - выраженное чувство долга и стремление к достижениям, развитие познавательных и коммуникативных умений и навыков. Постановка перед собой и решение реальных задач, нацеленность фантазии и игры на лучшие перспективы, активное усвоение инструментальных и предметных действий, ориентация на задачу.

Аномальное развитие – чувство собственной неполноценности. Слабо развитые навыки, избегание сложных заданий, ситуаций соревнования с другими, чувство обреченности на то, чтобы всю жизнь оставаться посредственностью. Конформность, рабское поведение, чувство тщетности прилагаемых усилий при решении разных задач.

5. Становление индивидуальности (идентификация) – ролевая диффузия (юность) (11-20 лет).

Нормальное развитие – жизненное самоопределение. Развитие временной перспективы – планов на будущее, самоопределение в вопросах: каким быть? Кем быть? Четкая половая поляризация в формах поведения. Формирование мировоззрения. Взятие на себя лидерства в группах сверстников и при необходимости подчинение им.

Аномальное развитие – путаница ролей. Смещение и смешение временных перспектив: мысли не только о будущем, но и о прошлом. Сильно выраженное стремление разобраться в самом себе в ущерб отношениям с внешним миром. Полоролевая фиксация. Смешение форм полоролевого поведения, ролей в лидировании. Потеря трудовой активности. Путаница в моральных и мировоззренческих установках.

6. Интимность – одиночество (начало взрослого периода, 20-40-45 лет). Нормальное развитие - близость к людям, стремление к контактам с людьми, желание посвятить себя другим людям. Рождение и воспитание детей. Любовь и работа. Удовлетворенность личной жизнью.

Аномальное развитие – изоляция от людей. Избегание близких, интимных отношений с людьми. Трудности характера, неразборчивые отношения и непредсказуемое поведение. Непризнание, изоляция, первые симптомы отклонений в психике. Состояние одиночества.

7. Творческая активность – застой (средний возраст – 40-45- 60 лет).

Нормальное развитие – творчество. Продуктивная и творческая работа над собой и с другими людьми. Зрелая, полноценная и разнообразная жизнь, удовлетворенность семейными отношениями, гордость за своих детей. Обучение и воспитание нового поколения.

Аномальное развитие – застой. Эгоизм, эгоцентризм, непродуктивность в работе. Ранняя инвалидность. Исключительная забота о самом себе, всепрощение себя.

8. Умиротворение – отчаяние (старость – свыше 60 лет).

Нормальное развитие – полнота жизни. Постоянные раздумья о прошлом, его спокойная взвешенная оценка. Принятие прожитой жизни. Способность примириться с неизбежным. Понимание того, что смерть не страшна. Состояние умиротворения.

Аномальное развитие – отчаяние. Ощущение того, что жизнь прожита зря, что времени осталось слишком мало, что оно летит слишком быстро. Осознание бессмысленности, потеря веры в себя и других людей. Желание прожить жизнь заново, стремление получить от нее больше, чем было получено. Ощущение отсутствия в мире порядка, наличия в нем доброго, разумного начала. Боязнь приближающейся смерти.

Основной смысл личностного развития в юности и отрочестве заключается в том, что приобретаются новые жизненные и социальные роли, а это заставляет человека по-новому смотреть на многие вещи.

На каждой из 8 стадий человек испытывает специфический кризис, суть которого составляется конфликт между противоположными состояниями сознания и психики.

Э. Эриксон полагал, что успешное разрешение конфликтов приводит к относительно беспроблемному существованию, заканчивающемуся формированием определенных личностных качеств, в совокупности составляющих определенный тип личности. Неудачное разрешение конфликта на какой-либо стадии провоцирует кризис и переходя на новую стадию

человек привносит в нее шлейф прошлых проблем. Это усложняет разрешение присущего этой стадии конфликта.

Бихевиористский подход. В отличие от других психологических традиций, бихевиористы рассматривают человека без выделения каких-либо этапов или стадий в его развитии. Основным в развитии личности они считают расширение репертуара поведения, которое достигается путем научения. Концентрируясь на проблематике научения, они выделяют три его типа: *классическое обусловливание; оперантное обусловливание; научение через моделирование*.

Основными механизмами усвоения нового опыта в классическом бихевиоризме выступают поощрение и наказание, а так же научение через моделирование, умелая комбинация которых при условии контроля окружения и позволяет формировать заданное поведение. Теоретики социального научения утверждают что позитивное подкрепление родителями социально санкционированных действий является одним из принципиальных механизмов, посредством которого индивид развивает осведомленность о том, что является истиной, а что ложью. Наиболее проблемным вопросом для теоретиков научения является вопрос о том, насколько вероятно, что дети интернализуют поведение подкрепляемое взрослыми.

В рамках поведенческой традиции накоплен огромный фактический материал по формированию и модификации поведения, описан большой перечень закономерностей, эффектов, схем подкрепления и т.д. Вместе с тем, исходное игнорирование внутренней активности как ведущей детерминанты социализации создало множество проблем и, в конечном счете вынудило трансформацию бихевиоризма в социально-когнитивно-поведенческий подход с его принципом взаимного детерминизма.

В случае научения через моделирование усвоение социального опыта осуществляется либо через непосредственное наблюдение, либо через моделирование. Ведущий представитель социально-когитивно-поведенческого подхода А. Бандура отмечает, что дети приходят к усвоению жизненного опыта в процессе активного участия в переработке поступающей информации, в конечном счете, интернализуя поступающую информацию таким образом, чтобы привлекать ее к саморегуляции поведения при условии отсутствия моделей или подкрепляющих агентов.

Когнитивные теории. В когнитивной традиции акценты делаются, прежде всего, на развитие познавательной сферы личности, как и в психодинамической традиции процесс развития часто рассматривается как стадиальный, в котором предыдущая стадия выступает в виде своеобразного подготовительного этапа для последующей. Наиболее популярной в течении многих последних десятилетий являлась *модель*, предложенная *Жаном Пиаже*. Пиаже выделяет четыре стадии развития:

1. Сенсомоторная (от рождения до 18-24 месяцев) и характеризующаяся формированием способности сохранять в памяти образы предметов окружающего мира**,** до завершения этой стадии детям кажется, что предметы перестают существовать, когда они на эти предметы не смотрят;

*2. Предоперациональная (*от 2 до 7 лет), когда дети учатся различать символы и их значения;

3. Стадию *конкретных операций* (от 7 до 11 лет), характеризующаяся научением мысленному совершению действий, которые раньше они выполняли только руками

4.Формальных операций (с 12 до 15 лет), характеризующуюся овладением подростками навыками решения абстрактных математических задач и логических задач, осмысливать нравственные проблемы, рассуждать о будущем.

Применительно к процессу собственно социализации представляют интерес рассуждения Пиаже *о нравственном развитии ребенка*. Пиаже отмечал наличие различий между умственным и нравственным развитием ребенка, которое в большей степени определяется опытом общения с первичными воспитателями. Пиаже выделял три стадии морального развития: аморальную, гетерономную и автономную.

На *аморальной* стадии ребенок не обращает внимания на моральные значения и его поведение регулируется преимущественно извне - взрослыми и более старшими ровесниками.

На стадии *гетерогенной морали* (5-10 лет) ребенок становится осведомленным о правилах, регулирующих поведение и это создает основания для понимания морали, способности отличать истинное от ложного. Тем не менее для ребенка источник правил является внешним - он предоставляется взрослыми, что и создает подоплеку для одностороннего понимания морали – гетерогенности. Пиаже так же утверждает, что в силу присущего детям эгоцентризма у них доминирует скорее объективный аспект события нежели субъективный.

На стадии *автономной морали* формируется способность к осознанию взаимной силы правил морали. После ассимиляции многих правил и научения их реализации в поведении, дети начинают выяснять какие правила должны применяться в отношении других людей. Правила перестают быть ригидными и у ребенка формируется ощущение собственной автономности в их применении.

Теория нравственного развития Л.Колберга. Нравственное или моральное развитие стало объектом специального анализа другого выдающегося представителя когнитивной традиции Л. Колберга. Он показал наличие взаимосвязи между моральным обоснованием и умственным развитием. Разработанная им теория описывает поведение человеческого бытия от 4-х летнего возраста до периода взрослости. Колберг выделяет три уровня и шесть стадий морального развития.

I. Преконвенциальный уровень (4-10 лет):

Стадия 1 «*наказание и подчинение*: дети подчиняются правилам и порядку во имя избегания наказания; нет заинтересованности в моральной чистоплотности

Стадия 2 «*наивный инструментальный бихевиоризм»:* дети подчиняются правилам, но только в чисто собственных интересах; они смутно представляют

о необходимости справедливости в отношении других, но поступают так только в собственных интересах.

II. Конвенциальный уровень (10–13 лет):

Стадия 3. Дети ищут одобрения со стороны других, формируется ментальность «хорошего ребенка». Поведение регулируется интенцией «надо делать хорошо».

Стадия 4. Ментальность закона-и-порядка. Дети заинтересованы в авторитете и сохранении социального порядка. Корректное поведение является «нашим долгом».

III.Постконвенциальный уровень:

Стадия 5. Индивид совершает моральные решения на основании законности или согласованности; это означает, что большинство ценностей поддерживается законом, потому что они приняты всем обществом. Если возникает конфликт между индивидуальными потребностями и законом, индивид должен прилагать усилия для изменения законов.

Стадия 6. Информированное сознание определяет, что является правильным. Люди действуют не под влиянием страха, одобрения или закона, а под влиянием собственных интернализованных стандартов правильности и неправильности.

Теоретические модели Ж. Пиаже и Л. Колберга подвергались критике, которая сводится к следующим основным моментам:

а) стадии не являются однородными и однозначными, не образуют строго неизменной последовательности;

б) Л. Колберг и Ж.Пиаже включают в понятие нравственного развития моральный закон, честность, ответственность, но ведь представления о них у различных людей могут различаться;

в) теория Л. Колберга ориентируется только на мужское поведение, игнорируя особенности женского.

Гуманистический подход. В этого подхода основы развития личности представлены в форме личностного роста, самоактуализации, саморазвития. Так, согласно А. Маслоу, каждый человек обладает мотивационным набором, который помогает ему удовлетворять потребности пяти уровней. Мы не вправе ожидать от ребенка, что он сам начнет заниматься такими видами деятельности, которые будут способствовать его самореализации (рисованием, развитием навыков чтения, налаживанием хороших отношений со сверстниками и т.д.), если не удовлетворены важнейшие его биологические потребности и потребность в безопасности. Только если эти потребности удовлетворены, и при уверенности в том, что они и в дальнейшем будут удовлетворяться нормально, человек может переходит к удовлетворению других, более высоких – в любви и принадлежности к социальной группе (социальный статус), в самооценке и самореализации. Только удовлетворив потребность самого высокого уровня, человек может стать здоровой, творческой и независимой личностью. И тогда он способен успешно решать различные проблемы, лучше понимать себя и других, разумнее строить межличностные отношения и полностью отдавать себя любимому делу.

Деятельностный подход. Согласно этому подходу развитие личности происходит в процессе включения в различные виды деятельности. В каждый возрастной период выделяется ведущая деятельность, в рамках которой происходит развитие.

1. Так, у младенцев ведущий вид деятельности –непосредственно-эмоциональное общение со взрослыми. Дефицит эмоционального общения (как и избыток его) оказывает решающее влияние на психическое развитие в этот период, т.к. на фоне и внутри его формируются ориентировочные и сенсомоторно- манипулятивные действия.

2. На границе раннего детства происходит переход ребенка к собственно предметным действиям. Взрослый показывает и выполняют действия вместе с ребенком. На первый план выступает деловое практическое сотрудничество.

3. В дошкольном возрасте ведущим видом деятельности является игра, в которой он моделирует отношения между людьми.

4. В младшем школьном возрасте – учебная деятельность, в процессе которой происходит усвоение новых знаний и умений. В этот период интенсивно формируется познавательная сфера.

5. В подростковом возрасте – интимно-личностное общение со сверстниками, которая состоит в построении отношений с товарищами на основе определенных морально-этических норм. Внутри этой деятельности оформляются взгляды на жизнь, на отношения между людьми, т.е. формируются личностные смыслы, самосознание.

Андриенко (2000), анализируя этот ряд, делает вывод о периодичности процесса психического развития: одни фазы, где преимущественно развивается мотивационно-потребностная сфера, сменяются другими, где происходит формирование интеллектуально-познавательной сферы и операционно-технических возможностей.

В рамках деятельностного подхода была разработана теория развития личности как процесс вхождения ее в различные социальные группы (А.В.Петровский).

Этот процесс включает три стадии: 1) *адаптацию; 2) индивидуализацию и 3) интеграцию.*

1) На стадии адаптации**,** которая обычно совпадает с периодом детства, человек выступает как объект общественных отношений, на которого направлено громадное количество усилий родителей, воспитателей, учителей и других людей, окружающих ребенка и находящихся в той или иной степени близости к нему. Здесь происходит вхождение в мир людей: овладение некоторыми знаковыми системами, созданными человечеством, элементарными нормами и правилами поведения, социальными ролями; усвоение простых форм деятельности. Ребенок, не прошедший стадию адаптации и не усвоивший основ социальной жизни, практически не обучаем этому впоследствии. В отличие от взрослого человека, который, даже проведя много времени в одиночестве (модель социальной жизни Робинзона Крузо), остается личностью, легко возвращается к людям, воссоздает социальные привычки, связанные с культурой того общества, в котором он вырос.

Стадия адаптации в процессе социализации очень важна, поскольку сенситивные периоды детства необратимы.

2) На стадии индивидуализации происходит некоторое обособление индивида, вызванное потребностью персонализации. Здесь личность – субъект общественных отношений, уже усвоивший определенные культурные нормы общества, способный проявить себя как уникальная индивидуальность, создавать нечто новое, в чем, собственно, и проявляется его личность. Если на первой стадии наиболее важным было усвоение, то на второй – воспроизводство в индивидуальных формах. Индивидуализация во многом определяется противоречием, которое существует между достигнутым результатом адаптации и потребностью в максимальной реализации своих особенностей. Речь идет о процессе реализации своего Я. Стадия индивидуализации способствует проявлению именно того, чем один человек отличается от другого. В то же время индивид подходит к проблеме разрешения противоречия между человеком и обществом, но пока не до конца, поскольку нет соответствующего баланса, т.е. личность недостаточно интегрирована в социальный мир.

3) Интеграция**,** третья стадия развития человека в процессе его социализации, предполагает уже достижение определенного баланса между человеком и обществом, интеграцию субъект-объектных отношений личности с социумом. Индивид, наконец, находит тот оптимальный вариант жизнедеятельности, который способствует процессу его самореализации в обществе, принятию им его меняющихся норм. На этой стадии складываются так называемые социально-типические свойства личности, которые свидетельствуют о принадлежности ее к определенной социальной группе. Б.Г.Ананьев относил формирование социально-типических черт характера, как и образование социальных установок личности, к психологическим эффектам, которые свидетельствуют о мере и глубине социализации.

В процессе социализации осуществляется динамика пассивной, активной, активно-пассивной позиции индивида. Пассивной - когда он усваивает нормы и служит объектом социальных отношений; активной - когда он воспроизводит социальный опыт и выступает как субъект социальных отношений; активно-пассивной - когда он способен интегрировать субъект-объектные отношения. Этот тройной цикл может повторяться на протяжении жизни много раз и связан с необходимостью ресоциализации индивида в меняющемся мире.

Наиболее интенсивно социализация протекает в детстве и юности, но она продолжается и в среднем, и в пожилом возрасте. Отмечают следующие различия социализации у детей и у взрослых.

1.Социализация взрослых проявляется главным образом в изменении их внешнего поведения, а у детей – корректируются базовые ценностные ориентации.

2.Взрослые могут оценивать нормы, дети – только усваивать их.

3.Социализация взрослых предполагает понимание того, что существует множество «оттенков» проявления различных норм и правил. Они вынуждены приспосабливать к множеству ролей и в этих ситуациях устанавливать приоритеты, используя такие критерии, как «более хорошо» или «менее

плохо». Социализация же детей строится на подчинении взрослым и выполнении определенных правил.

4.Социализация взрослых ориентированы на овладение определенными навыками; социализация детей – в основном на мотивацию их поведения.

Джон Клаузен выделил ряд критических моментов в жизни взрослых: выбор профессии, балансирование между требованиями семьи и работы, преодоление возрастных кризисов. Примерами таких кризисов может быть «кризис сороколетних», когда человеку кажется, что жизнь теряет смысл, работа становится скучной, а семья напоминает «опустевшее гнездо».

3. Институты социализации и механизмы их влияния

В качестве социально-психологических механизмов социализации выделяются:

Подражание – сознательное или бессознательное воспроизведение индивидом модели поведения, опыта значимых других людей.

Внушение – неосознаваемое, некритическое усвоение и последующее воспроизведение опыта, мыслей, чувств, шаблонов и алгоритмов, предлагаемых авторитетными другими.

Убеждение – осознанное, критическое усвоение и последующее воспроизведение ценностей, норм, ориентиров, поведенческих алгоритмов и т.д.

Идентификация – отождествление себя с определенными людьми или социальными группами, посредством которой осуществляется усвоение разнообразных норм, отношений, форм и алгоритмов поведения.

Эмпатия – эмоциональное сопереживание через чувственную идентификацию себя с другим.

Перечисленные механизмы представлены в последовательности, которая отражает их действенность, привязанную к возрастным особенностям.

Первоначально у ребенка еще нет необходимого багажа критического отношения к поставляемой информации и преимущество имеют механизмы подражания и внушения. Именно при их посредстве формируется необходимый фундамент для последующего критического отношения к транслируемому опыту, обусловливающего выход на первый план механизма убеждения.

Это же касается и механизмов эмпатии и идентификации. Идентифицируя себя со значимым другим, эмпатируясь с ним, ребенок получает возможность как аккумуляции опыта, так и формирования отношения к нему. Более того роль эмпатии неоценима, т.к. она задает валентность предлагаемых фрагментов опыта, определяющую последующую его востребованность. Не случайно теоретики объектных отношений такое внимание уделяют характеру эмоциональных отношений между ребенком и его первичными воспитателями. Именно от последних во многом зависит каким будет мир для ребенка - враждебным или радостным. Точно так же какое отношение сформируется к конкретной ценности, норме или поведенческому алгоритму, будут ли они вызывать эмоционально положительное стремление к воспроизведению или вызывать реакцию отторжения.

В психоаналитической традиции (Н.Смелзер, 1994) в качестве механизмов социализации называются:

Имитация - осознанное стремление ребенка копировать определенные модели поведения;

Идентификация – усвоение детьми родительского поведения, установок и ценностей как своих собственных;

Стыд – переживание разоблачения и позора, связанное с реакцией других людей (возникает у человека из-за ощущения, что его разоблачили);

Чувство вины– переживание разоблачения и позора, связанное с наказанием самого себя, вне зависимости от других людей.

Первые два механизма являются позитивными; стыд и вина – негативные механизмы, запрещающие или подавляющие определенное поведение, выступают в качестве своеобразных регуляторов, ограничителей социализации, каковыми являются моральные нормы.

Институты социализации. В качестве основных институтов социализации определяются семья, дошкольные учреждения, школа, неформальные объединения, учебные и производственные коллективы, этнос, к которому принадлежит человек и т.п. Это то непосредственное социальное окружение, через которое собственно и осуществляется процесс социализации.

Семья. Родители или первичные воспитатели вооружают ребенка основными инструментами ориентировки и действия в социальном мире, они формируют отношение к различным аспектам этого мира, транслирует ребенку как духовные, так и материальные ценности определенного содержания, но самое главное – она закладывает в него некоторый проект социализации, осознанно или неосознанно разработанный родителями при незримом участии многих поколений их предков.

Взрослые ответственны за взрослое бытие их детей. Именно они задают отношение к миру, вооружают способами обращения с ним, а несовершенство последних задает будущее проблемное поле их детей.

Эмоционально депривированный ребенок, во-первых, не может дать адекватную эмоциональную оценку происходящего, во-вторых, воспринимает мир как враждебный, генерализируя эту враждебность на многие объекты, видит опасность там, где ее попросту нет.

Наряду с эмоциональной валентностью первичные воспитатели вооружают своих воспитанников огромным количеством микро поведенческих алгоритмов, представляющих собой огромный спектр способов решения конкретных житейских задач (зажигать спички, как мыть посуду, готовить еду, как осуществлять покупки в магазине, как реагировать на определенные действия, как не поддаваться на провокации и т.п.). Этих поведенческих шаблонов, социализируемых в процессе взаимодействия с первичными воспитателями, миллионы. Их действенность и роль в гармонии последующего бытия обусловлена тем, что сталкиваясь со многими житейскими задачами, человек просто использует зафиксированную в опыте заготовку. В частности, родители с дисгармоничными взаимоотношениями в семье по существу задают возможную дисгармонию во взаимоотношения в семьях их детей. Так,

мать одиночка непроизвольно подготавливает своего ребенка к такому же одиночеству, вооружая его шаблонами, провоцирующими дисгармонию во взаимоотношениях с партнером.

Эта алгоритмическая вооруженность, при всех связанных с ее несовершенством издержками, играет огромное значение для чисто физического выживания человека. Если любая житейская задача требовала бы включения механизма принятия уникального решения, то человек попросту не выдержал бы связанного с огромными информационными перегрузками напряжения.

Алгоритмическая и валентная вооруженность предоставляет ему возможность быстрой предварительной оценки ситуации, избрания первичных способов реагирования на нее. Отсутствие этой вооруженности выступает одной из первопричин трудной адаптации к условиям реальной жизни выпускников детских домов, не имеющих опыта социализации в семье.

Не менее важным институтом социализации является *неформальная группа.* Влияние детской неформальной группы, как самого сильного и самого древнего института социализации, сопоставимо с влиянием семьи на социальное развитие ребенка, причем, не только в подростковом, но уже в старшем дошкольном возрасте. Сегодня это признается многими отечественными и зарубежными авторами. Так, М. Кле подчеркивает, что группа сверстников предоставляет многообразные возможности построений новых отношений с самим собой и с другими, помогая человеку понять себя, свое предназначение, позволяя испытывать чувство риска и попробовать силы в ситуации соревнования. Источником воздействия на социальное развитие ребенка в детском обществе выступает детская субкультура, которую В.В.Абраменкова определяет как «смысловое пространство ценностей, установок, способов деятельности и форм общения, осуществляемых в детских сообществах в той или иной конкретно-исторической ситуации развития».

Детская субкультура – это целый мир отношений, который дети создали и продолжают создавать для себя. Его составляют народные игры, детский фольклор и юмор, детский правовой кодекс и словотворчество, детское философствование, этические каноны и наделение прозвищами. Детская группа диктует достаточно жесткое подчинение ребенка нормам и правилам взаимодействия, используя для этого игровые ситуации, правовой кодекс, фольклор, присвоение прозвищ и т.п.

Формальная группа – еще один институт социализации, как в детском, так и взрослом состоянии человека. Т.Шибутани напрямую связывает процесс социализации с усвоением человеком конвенциональных норм, рассматривая социализацию как непрерывный процесс коммуникации, в ходе которого новичок избирательно вводит в свою систему поведения те шаблоны поведения, которые санкционированы группой. Поскольку он усваивает конвенциональные значения и символы, он с большей легкостью может участвовать в различных коллективных предприятиях. Формальный коллектив является единицей более широкой социальной системы отношений и в значительной степени отвечает за трансляцию типического опыта, т.к. через

малую социальную группу транслируется опыт больших социальных групп: этнических, религиозных, профессиональных, возрастных и др.

Тема 5 Социальное познание личности.

1. Современные когнитивистские модели рассмотрения личности

2. Социально-познавательные процессы.

3. Самопрезентация или управление впечатлением о себе.

4. Межличностная аттракция и ее характеристика.

1. Современные когнитивистские модели рассмотрения личности

В разные временные промежутки для когнитивной традиции были характерны разные психологические модели рассмотрения человека. Выделяют (М.Хьюстон, В. Штребе и др.) пять таких моделей: рационализирующая личность, наивный ученый; практикующий обработку данных; когнитивный скряга и мотивированный тактик или социальный агент.

Модель последовательной или рационализирующей личности

В основе лежит предположение, что непоследовательность познаний вызывает неприятное психологическое напряжение, которое необходимо снимать посредством поиска логической непротиворечивости. Эта психологическая непоследовательность получила несколько названий: когнитивное несоответствие (Ф. Хайдер, 1958 – теория когнитивного баланса), ассиметрия (Т. Нюком, 1953), диссонанс (Л. Фестингер, 1957 – теория когнитивного диссонанса), несовместимость (Осгуд и Таненбаум, 1955 – теория конгруэнтности).

Наибольшую популярность получила теория когнитивного диссонанса, смысл которой можно представить следующим образом. Когнитивный диссонанс представляет собой состояние напряжения, возникающее всякий раз, когда у индивида одновременно имеются две когниции (идеи, аттитюды, убеждения, мнения), которые психологически противоречат друг другу. Так как появление когнитивного диссонанса вызывает неприятные ощущения, люди стремятся уменьшить его. Уменьшается когнитивный диссонанс путем изменения одной или обеих когниций таким образом, чтобы сделать их более совместимыми (более консонантными) друг с другом, или же путем добавления других когниций, помогающих преодолеть разрыв между двумя первоначальными.

Наивный ученый. Данная модель имела принципиальное значение для социальной психологии, т.к. она описывала поведение человека как подобное поведению ученого, собирающего, взвешивающего и анализирующего поступающую информацию перед принятием соответствующего решения. Наибольший вклад в разработку и популяризацию данной модели внес Фриц Хайдер (1958), стремившийся сделать социальную психологию более приближенной к условиям реальной жизни.

В концепции С. Аша – своего рода метафоре о наивном ученом, люди в процессе обработки информации опираются на собственные теории. Ученый подчеркивал, что люди чрезвычайно быстро формируют свое суждение о

другом человеке и не склонны его изменять. Эксперимент состоял в следующем. Испытуемым предлагался список личностных черт воображаемого человека - мистера Х, с которым нужно было ознакомиться и затем ответить на вопрос, кто же такой мистер Х. Список включал следующие характерные особенности:

умный, знающий;
опытный, искусный;
трудолюбивый;
приветливый;
решительный, непреклонный;
практичный;
осторожный, предусмотрительный;

Далее С. Аш попросил испытуемых изложить в свободной форме описание Х, что не составило ни малейшего труда для них. Затем он предложил список попарно сгруппированных противоположных черт. Теперь требовалось выбрать из каждой пары ту из черт, которая лучше описывает их. Результаты ответов свидетельствовали о высоком уровне сходства взглядов среди испытуемых. На основании этого С. Аш пришел к выводу, что у людей складывается согласованное представление о другом человеке на основе не связанных между собой (разнородных, *диспарантных*) фрагментов информации о его личности. На основании нескольких элементов у людей складывается целостный портрет другого человека. (Имплицитная теория личности).

Другим группам испытуемых С. Аш давал тот же самый список черт, заменяя, однако, при этом слово «приветливый» либо на «неприветливый», либо на «вежливый, обходительный», либо на «грубоватый, резкий».

Результаты анкетирования по списку с вариантами «приветливый/неприветливый» свидетельствуют, что «неприветливый Х» совершенно не похож на «приветливого Х». Однако эти результаты не повторились, когда были сопоставлены «вежливый» и «грубоватый», хотя описания и характерные черты оставались теми же. На этом основании С.АШ делает вывод, что некоторые из черт являются основными, поскольку способны склонять чашу весов восприятия, а другим этого не дано. Таким образом, из множества возможных фрагментов информации некоторые из них обладают особым статусом, благодаря чему они организовывают восприятие.

Чтобы проверить направленность восприятия, С. Аш предложил испытуемым ознакомиться с нижеследующими предложениями, а после этого оценить человека, описанного в каждом из них:

А. Стив умен, трудолюбив, импульсивен, критичен, упрям и завистлив.

Б. Стив завистлив, упрям, критичен, импульсивен, трудолюбив и умен.

Оба предложения содержат одну и ту же информацию о Стиве; однако в предложении «А» положительные черты поставлены первыми, а в предложении «Б» - последними.

С. Аш обнаружил, что испытуемые, ознакомившиеся с описанием А, оценили Стива более положительно, чем те, кто читал описание Б, что

позволило ученому заключить, что направленность восприятия осуществляется под влиянием первых элементов доступной информации. Этот феномен получил название Эффекта первичности. То, что мы узнаем о человеке в первую очередь, имеет решающее воздействие на наше суждение о нем.

Практикующий обработку данных (Обрабатывающий данные лаборант).

Самым энергичным критиком подхода С. Аша стал Андерсон (1981). Смысл его модели сводится к тому, что человек в процессе переработки поступающей к нему информации не просто уподобляется наивному ученому, а квалифицированному лаборанту, скрупулезно проверяющему и анализирующему полученные данные, подвергая их первичному статистическому анализу. Чтобы соединить разнообразную информацию о человеке в единое впечатление люди комбинируют информацию *в средневзвешенную*, в которой каждая частица информации о человеке взвешивается с точки зрения ее относительной важности.

Например, Ольга – непосредственна (+3), остроумна (+3), и красива (+3). Сумма – 9. Среднее арифметическое – 3.

Татьяна – предупредительна (+8), но уродлива (-1).Сумма - 7. Среднее арифметическое – 7:2= 3,5.

Однако, оценки в разных контекстах становятся разными.

При оценке дружеских отношений красота особой роли не играет, а вот предупредительность и чувство юмора оцениваются в 10 баллов. Но, если речь идет о манекенщице, которую собираются принять на работу, то в 10 баллов будет оценена ее красота, а все остальные качества – не более единицы.

Исследования, проводимые в рамках этой общей схемы, затем сосредоточились на определении факторов, влияющих на эту относительную важность. Наиболее важными из выявленных факторов были следующие:

1**)** источник входных данных**:** информация из источников, которым мы доверяем, оценивается как более важная, чем информация из источников, которым мы не доверяем;

2) позитивный или негативный характер информации: негативная информация о других людях оценивается как более важная по сравнению с позитивной;

3) полнота информации о поведении человека, особенностях и странностях его характера: чем более необычны данные, тем большее значение придается информации**;**

4) информация, полученная первой**,** обычно ценится выше, чем информация, полученная позднее (это явление известно как эффект первенства).

В то же время, как модель Аша, так и модель Андерсона, не решают всех проблем, а скорее отражают характерные для того времени научное гипертрофирование того или иного аспекта или подхода. Основным уязвимым моментом для обеих моделей является невалидность по отношению к фактам реальной жизни. Да, в отдельных случаях человек действительно уподобляется либо наивному ученому, либо обрабатывающему данные лаборанту, но,

одновременно, в других случаях он принимает эти решения спонтанно, без какой-либо имплицитной теории или детальной проверки. Эта внешняя легкость принятия решений стала доминирующей для следующей модели – познавательного скупца.

Когнитивный скряга (познавательный скупец) (Лейенс и Дарденн, 1996). В соответствии с этой моделью, человек по своей природе достаточно ленив и включает все свои ресурсы в процесс переработки информации перед принятием решений только в исключительных случаях, в остальных же ситуациях он обращается к легко доступной информации, следуя принципу экономии сил. Познавательная лень или экономия, как следует из данной модели, и определяют поведение человека в большинстве житейских ситуаций, в которых не требуется каких-либо сверх усилий. В данных ситуациях люди полагаются главным образом на «эвристику», т.е. на быстрые экономные способы объяснения, которые эффективны, но могут приводить к ошибкам.

Когнитивной леностью объясняется то, почему люди предпочитают обрабатывать информацию, которая выделяется, выгодно отличается, бросается в глаза. Данный феномен объясняется тем фактом, что нам свойственно совершенно непроизвольно обращать внимание и оценивать, скорее стереотипно, например, поведение женщины, если она находится в окружении мужчин, или поведение мужчины в обществе нескольких женщин, – необычное всегда заметнее на каком-нибудь фоне. Люди также весьма ленивы и в отношении пересмотра, повторного рассмотрения и переосмысления имеющихся фактов, что и приводит к тому, что они не делают выводов из собственных ошибок (Лейенс и Дарденн, 1996).

Данная модель, хотя и объясняет ряд феноменов, все-таки, преувеличивает аспект действительно имеющей место в феноменологии реальной жизни стратегии принятия быстрых и импульсивных решений, но она не объясняет тех ситуаций, когда над очевидным решением человек мучается значительные промежутки времени. Кроме того, метафора «когнитивный скряга» несет в себе образ негативного отношения к человеку.

Мотивированный тактик. Как альтернатива в 1990-х годах ей была предложена модель мотивированного тактика или социального агента (Фиске и Тейлор, 1991), которая во главу угла исследовательских проблем поставила вопросы мотивации и эмоций. Мотивированный тактик – это «думающий человек, полностью вовлеченный в процесс мышления, обладает множественными стратегиями переработки информации и выбирающий наиболее соответствующую целям, мотивам и потребностям» (Фиске и Тейлор). В соответствии с данным подходом люди достаточно наивны в выстраиваемых ими теоретических конструкциях происходящего. В ситуациях, которые не требуют сконцентрированности, они используют модель когнитивного скупца, т.е. часто оказываются в плену своих предубеждений и допускают ошибки. Эта же модель часто реализуется и в ситуациях дефицита времени и информации, когда приходится в процессе принятия решений полагаться на наличные ресурсы.

В ситуациях же высокой ответственности**,** зависимости от других людей, мотивирующих их на более серьезное и глубокое принятие решений, они производят и более серьезный анализ информации в попытках нахождения оптимальных решений (Лейенс и Дарденн, 1996).

Модель мотивированного тактика может создать впечатление, что люди уподоблены стратегам, обладающим реальным выбором. На самом деле этот выбор ограничен, во-первых, наличными ресурсами; во-вторых, особенностями обстоятельств; в-третьих, сложной динамикой развития взаимоотношений; наконец, в-четвертых, степенью их зависимости от людей, с которыми они взаимодействуют.

2. Социально-познавательные процессы

В числе основных единиц анализа социального поведения выделяются категории, прототипы, схемы, эвристики, стереотипы и социальные репрезентации, причем, последние выступают и в качестве единиц познавательной активности, и в качестве процесса**.**

Категоризация. Обычно под категорией *(или понятием)* понимается группировка двух или более различаемых объектов, которые трактуются одним и тем же способом**.** Процесс категоризации способствует когнитивной экономии, позволяет категоризирующему выходить за рамки данной информации, а когда категории объединены, позволяет формировать сложные понятия. Мир представлен в сознании человека в виде значимых категорий.

Для анализа социального познания интерес представляют не категории сами по себе, а *процесс категоризации*, под которым понимается «психический процесс отнесения единичного объекта, события, переживания к некоторому классу, в качестве которого могут выступать вербальные и невербальные значения, символы, сенсорные и перцептивные эталоны, социальные стереотипы, стереотипы поведения и т.п.» (Петровский, Ярошевский, 1990).

По сравнению с категоризацией объектов *социальная категоризация* обладает большей сложностью. Выделяя какое-либо основание для категоризации, мы понимаем, что в отличие от не социальных объектов они могут сильно варьироваться, причем, как у самих объектов (людей), так и по прототипам, которые чаще всего и выступают в качестве таких оснований. Например, при категоризации людей, в качестве критериев обычно избирается их определенные характеристики (красота, национальность, вспыльчивость и т.п.), осознавая при этом, что могут быть существенные различия между представителями одной и той же национальности (не все бельгийцы любят пиво), что вспыльчивость может по-разному оцениваться различными людьми и т.д. Тем не менее, категоризация людей и ситуаций, дает возможность структурирования социального мира и, на этой основе, прогнозирования будущего развития событий и взаимоотношений.

*Прототипы***.** Наиболее близкой к категории единицей социального познания, которая используется для интерпретации социального мира, выступает прототип. Прототипы — это ментальные модели типичных качеств, свойственных членам некоторой группы или категории (Р. Бэрон). Например, у

каждого, вероятно, есть прототипы лидеров, спортивных героев, преступников, а также бесчисленного множества других социальных категорий. В некотором смысле прототипы действительно описывают типичного представителя таких категорий — «образец», с которым мы сравниваем новых людей, встретившихся нам впервые, для того чтобы определить, попадают ли они в эту категорию или нет. Когда соответствие налицо, мы можем легко поместить их в определенную категорию. Когда соответствие не прослеживается, ситуация оказывается более сложной.

Схема как единица познавательной активности. Схемы, содержат информацию, относящуюся к специфическим ситуациям или событиям, и, однажды сформировавшись, они помогают нам интерпретировать эти ситуации.

Схема – когнитивная структура, которая представляет организованное знание о данном понятии или стимул и оказывает влияние на восприятие, понимание и оценку людьми социальных объектов (М.Хьюстон).

Схемы – шаблоны сознания – автоматически, интуитивно руководят нашим восприятием и интерпретацией нашего опыта (Д. Майерс).

Выделяют следующие типы схем*: личности, роли, события.*

Схемы личностей — это индивидуализированные структуры знаний о конкретных людях и их особенностях (В. Янчук).

Встречаясь с человеком, в большинстве случаев мы не осуществляем его детальное изучение, а как бы осуществляем поиск наиболее пригодной схемы и выступающей в дальнейшем в качестве ориентира для развития взаимоотношений. Причем, детальность схемы во многом определяется степенью знакомства с человеком, его типичности и т.п. В целом, подобное схематизированное представление позволяет, во-первых, получить информацию о том, какого типа человек перед нами и, во-вторых, антиципировать природу и перспективы предстоящего взаимодействия.

Ролевые схемы – структуры знаний о требованиях, предъявляемых к определенным социальным ролям. Схемы ролей содержат информацию о том, как люди, играющие определенные роли, обычно ведут себя и как они выглядят. Каждый обладает представлениями о том, что должен делать, каким должен быть человек, занимающий определенную позицию в обществе, т.е. выполняющий соответствующую социальную роль. Эти представления могут варьироваться от человека к человеку, от ситуации к ситуации, но, тем не менее, они определяют наши ожидания. А ожидания, в свою очередь, формируют своеобразную предуготованность к определенного рода оценкам и интерпретациям.

Например, рассмотрим схему роли профессора. Вы предполагаете, что профессор должен стоять перед аудиторией, говорить по теме своего курса, отвечать па вопросы студентов, подготавливать экзамены и так далее. Вы не ожидаете, что он попытается продать вам какой-нибудь товар или будет показывать вам фокусы; такие действия определенно не являются частью вашей схемы роли профессора.

Третий тип схем касается ментальных структур, связанных *с отдельными ситуациями*. Такие схемы связаны с событиями или последовательностями событий и известны как *сценарии*. Они определяют, что, как ожидается, должно произойти в данных обстоятельствах. Примерами такого рода ситуаций являются посещение чиновника, встреча с педагогом, вечеринка, спортивное мероприятие, свидание и сотни других.

Сценарии, как и другие схемы, предоставляют ментальные конструкции: структуры для понимания социальной информации в контексте тех сведений, что уже есть. После того как сценарии сложились, они экономят большую часть ментальных усилий, подсказывая, чего следует ожидать в той или иной ситуации, как другие люди скорее всего будут себя вести и что произойдет потом.

Схемы свободного содержания – содержат ограниченный набор правил обработки информации, способствующий ориентироваться и принимать решения в ситуациях, не имеющих аналогов в жизненном опыте. Примером являются правила формальной логики. Попадая в совершенно незнакомый город, встречаясь с неизвестными людьми, мы, тем не менее, не теряемся, а используем некоторый набор универсальных правил поведения в ситуации неизвестности, который и помогает в определенных рамках ориентироваться в ней.

Данные исследований показывают, что схемы оказывают сильное влияние на три процесса, являющиеся важной частью как социального познания, так и познания в целом: внимание, кодирование и возвращение информации из памяти. Внимание отвечает за то, какую именно информацию мы замечаем: мы с большей вероятностью обратим внимание на одни особенности других людей и их действия и можем не заметить других. Кодирование подразумевает процессы, благодаря которым информация, выделенная нами, сохраняется в памяти. Но не все, что мы замечаем в окружающем нас социальном мире, сохраняется в нашей памяти для использования в будущем. Наконец, воспроизведение подразумевает процессы извлечения информации из памяти для использования ее тем или иным способом — например, чтобы решить, будет ли этот человек хорошим соседом по комнате.

Что касается внимания, то мы замечаем информацию или события, не соответствующие имеющимся у нас схемам, гораздо чаще, чем информацию или события, которые этим схемам соответствуют, поскольку схемы сообщают нам, чего ожидать, и поэтому именно неожиданные события или действия привлекают наше внимание.

Что касается кодирования, здесь влияние схем оказывается более сложным. Существующие данные указывают, что когда схемы сформировались, информация, им соответствующая, запоминается легче, чем несоответствующая. Однако на более раннем этапе, когда схемы только начинают формироваться, информация, которая не согласуется с ними, может быть замечена и закодирована быстрее и легче.

Наконец, схемы влияют на извлечение информации из памяти. В частности, в зависимости от того, насколько активизированы схемы, когда мы

пытаемся вспомнить что-либо, из памяти извлекается определенная информация — являющаяся частью этих схем или, по крайней мере, согласующаяся с ними.

Итак, накапливая жизненный опыт, мы формируем схемы - ментальные структуры, содержащие информацию об определенных ситуациях или событиях, и прототипы – ментальные представления о типичных членах различных групп. Сформировавшись**,** эти ментальные структуры помогают понимать других людей, а также события, происходящие в различных социальных ситуациях. Они определяют, какую социальную информацию мы замечаем (внимание), храним в памяти (кодирование) и затем вспоминаем (воспроизводим). Таким образом, они распространяют свое влияние на социальное поведение во многих различных обстоятельствах**.**

Эвристики как упрощенный способ социального познания.

Основной принцип социального познания гласит, что человеку свойственно затрачивать минимальное количество усилий на размышления о других людях и о социальном мире. Кроме того, когнитивные ресурсы людей ограничены. Чтобы увеличить свои когнитивные ресурсы, мы используем различные стратегии, сокращающие когнитивные усилия и уменьшающие вероятность информационной перегрузки. Для достижения успеха при использовании стратегий необходимо выполнение двух условий: стратегии должны обеспечивать быстрый и простой способ взаимодействия с большим количеством социальной информации и быть при этом достаточно точными. Существует множество потенциальных кратчайших путей обработки информации, сокращающих умственные усилия, но среди них наиболее полезными являются *эвристики* — простые правила для быстрого принятия сложных решений или создания сложных умозаключений.

Подобно соотношению категорий и прототипов в качестве парной единицы по отношению к схеме выступает эвристика. Арсенал зафиксированных в опыте схем хоть и велик и многогранен, но, во-первых, он, статичен, а во-вторых, обладает низкой прогностичностью. Человек же в своей жизни довольно часто попадает в ситуации, в которых необходимо принятие достаточно новых решений. В них он полагается на *эвристики*, представляющие собой *основанные на имеющемся опыте предположения, предвосхищения или прогнозы наличия у новых объектов определенных свойств и качеств, а у событий – тенденций развития.* Э. Тверски и Д. Канеман определяют эвристики как «*принятые, неформальные руководства, рассматриваемые как полезные и используемые людьми при принятии ими решений и формировании прогнозов*». Рассмотрим два вида эвристики, чаще всего используемых в повседневной жизни.

Эвристики репрезентативности. Согласно Эймосу Тверски и Дэниэлу Канеману, которые придумали этот термин, *эвристика репрезентативности использует внешнее подобие или сходство одного объекта с другим для того, чтобы сделать вывод о том, что первый объект и ведет себя подобно второму*.

К примеру, все мы знаем, что высококачественные товары часто имеют ценник с весьма внушительной цифрой. Следовательно, мы делаем заключение, что дорогие товары отличается высоким качеством.

Эвристики репрезентативности используются и для обнаружения психологических причин. Старая поговорка гласит, что рождение ребенка «в рубашке» (иначе говоря, появление его на свет с остатками амниона - зародышевой оболочки) – знак того, что ему суждено стать великим.

Эвристики репрезентативности часто используются при формировании впечатлений и суждений о других людях. Первая информация, которую мы сразу получаем о человеке, – пол, раса, физическая привлекательность и социальный статус – обычно ассоциируется с простыми правилами, направляющими мысли и поведение оцениваемых нами людей. Результаты многих исследований свидетельствуют о том, что большинство людей легко приходят к заключению, что красавцы и красавицы являются, по-видимому, более успешными, чувствительными, сердечными и обладают лучшим характером, чем люди с менее привлекательной внешностью. Персоны, которые занимают высокое социальное положение (о чем часто судят по одежде и манерам), воспринимаются как люди уважаемые и заслуживающие высокой оценки.

Эвристика репрезентативности приводит к тому, что человек считает случайные события не случайными, видит в случайном стечении обстоятельств (например, в неоднократном повторении событий) влияние высших сил или каких-то еще сомнительных аспектов, видит закономерность там, где ее нет.

Эвристика доступности, согласно А. Тверски и Д. Канеману, это *интуитивный процесс, в котором человек оценивает частоту или возможность события по легкости, с которой примеры или случаи приходят на ум, т.е. легче вспоминаются*. То есть, чем проще нам вспомнить какие-то примеры группы, категории или события, тем более важными они будут нам казаться. На «доступность» сильно влияют средства массовой информации и слухи. Например, опрос американцев показал, что они считают нападение акул более вероятной причиной смерти, чем падение частей самолета на голову. Однако фактические данные показывают, что шанс быть раздавленным частями самолета в 30 раз больше, чем смерть от нападения акулы. Почему люди неверно оценивают частоту этих событий? Предполагается, что причина в многочисленных фильмах об акулах-убийцах (вроде "Челюстей"), которые оставили в памяти яркие и легко актуализируемые образы.

В результате исследований выявлены условия с наибольшей вероятностью приводящие к использованию эвристик вместо рационального принятия решений.

Эвристики с наибольшей вероятностью используются в тех случаях, когда:
1) у нас нет времени, чтобы внимательно обдумать данную проблему;

2) мы настолько перегружены информацией, что становится невозможным переработать ее полностью;

3) рассматриваемые вопросы не очень важны для нас, поэтому мы просто не даем себе труда задуматься;

4) у нас слишком мало иного знания или информации, для того чтобы принять решение;

5) соответствующая эвристика быстро приходит в голову в момент возникновения какой-либо проблемы.

Социальный стереотип. Впервые термин «социальный стереотип» был введен журналистом Уолтер У. Липпманом в 1922 г., для обозначения обобщенных убеждений, которых мы придерживаемся по отношению к группам людей, – наших мыслей о том, что представляют собой члены этих групп. И для него в этом термине содержался негативный оттенок, связанный с ложностью и неточностью представлений, которыми оперирует пропаганда.

Стереотипы — когнитивные структуры, состоящие из знаний и убеждений относительно определенных социальных групп. Как отмечали Джадд и его коллеги, стереотипы включают обобщение типичных, или «модальных», характеристик представителей различных социальных групп. Другими словами, стереотипы утверждают, что все члены какой-то группы обладают определенными чертами, по крайней мере, в некоторой степени. Как только стереотип активизируется, эти черты легко возникают в памяти.

Проблемы со стереотипами возникают тогда, когда они слишком обобщенные или явно неверные. Их коварность заключается и в том, они оказывают сильное влияние на процесс обработки социальной информации. Информация, существенная для активизированного стереотипа, обрабатывается гораздо быстрее, чем информация, не связанная с ним. Кроме того, люди, с предубеждениями уделяют больше внимания информации, согласующейся с их предвзятыми взглядами; она чаще повторяется и в результате запоминается точнее, чем информация, которая не согласуется с этими взглядами. Если же в сознание удается попасть информации, не согласующейся со стереотипами, люди могут ее активно опровергать или просто отвергнуть. Например, полученные в последнее время данные указывают на то, что при встрече с человеком, ведущим себя вопреки сложившимся стереотипам, люди часто воспринимают его как новый «подтип» вместо того, чтобы изменить свой стереотип. Таким образом, стереотипы влияют на обработку социальной информации таким образом, что поддерживают сами себя, становятся в большой степени самоподтверждающими.

Функции стереотипов. Наличие социальных стереотипов играет весьма существенную роль в социальной жизни, поскольку без них при отсутствии исчерпывающей информации о происходящем или наблюдаемом невозможны были бы ни адекватная оценка, ни адекватный прогноз.

Во-первых, стереотип позволяет резко сократить время реагирования на изменяющуюся реальность;

во-вторых, ускорить процесс познания;

в-третьих, предоставить хоть какое-то первичное основание для ориентировки в происходящем.

В то же время, возникая в условиях дефицита информации, социальный стереотип часто оказывается ложным и играет консервативную роль,

формируя ошибочные представления людей о происходящем, деформируя процесс интерпретации происходящего и характер межличностного взаимодействия. Любой социальный стереотип, оказавшийся верным в одной ситуации, может оказаться неверным в другой и, следовательно, неэффективным для решения задачи ориентировки личности в окружающем социальном мире.

Практически всеми исследователями отмечается факт сложной изменяемости стереотипов. Одним из решающих условий такого рода изменений является столкновение с их опровержением на собственном трудно опровергаемом опыте. Сам процесс изменения редко бывает радикальным, а чаще последовательным, напоминая оттаивание.

3. Самопрезентация или управление впечатлением о себе

Ни одно социальное взаимодействие не обходится без презентации себя, своих личностных или профессиональных качеств. Более того, самопрезентация является неотъемлемой частью человеческой натуры.

Под самопрезентацией в современной социальной психологии понимается процесс осознаваемого или неосознаваемого, целенаправленного или стихийного предъявления определенных аспектов собственной самости окружающим, осуществляемый при взаимодействии между людьми.

В литературе часто встречаются следующие синонимы самопрезентации: управление впечатлением, самоподача и самопредъявление.

Теоретической базой для развития исследований самопрезентации послужили труды представителей символического интеракционизма. Первое систематизированное социально-психологическое рассмотрение механизмов самопрезентации представлено в широко известной работе И. Гофмана «Презентация самости в повседневной жизни», отрывки из которой опубликованы на русском языке под названием «Представление себя другим в повседневной жизни» (1984). Он является «отцом» термина «самопрезентация» (self-presentation) и автором концепции социальной драматургии – по сути, единственной теоретической концепции самопрезентации личности.

В своих работах он использовал драматургический подход и, соответственно, театральную терминологию: социальное взаимодействие рассматривается как спектакль, участники – как актеры. И. Гоффман полагал, что в одном человеке существуют несколько «Я» («Я» – для себя, «Я» – для других и «Я» – «чистое», проявляющееся в экстремальных ситуациях).

В присутствии других людей (в процессе общения) человек предъявляет свое «публичное Я», используя для этого «передний план»; в одиночестве или в кругу близких людей он находится «за кулисами», поэтому необходимость в «публичном Я» исчезает, и индивид может проявить свое «истинное Я».

По мнению Э. Гоффмана, *«исполнитель роли»* заинтересован в том, чтобы контролировать поведение других, их ответную реакцию на его действия. Такой контроль возможен преимущественно путём воздействия на «определение» ими ситуации. Индивид может воздействовать на «определение

ситуации», подавая себя таким образом, чтобы произвести на окружающих впечатление, которое побудит их добровольно действовать в его интересах.

Для того чтобы взаимодействие было эффективным, человек должен уметь идентифицировать ситуационный контекст и правильно подобрать адекватную роль из своего ролевого репертуара.

Как только желаемая идентичность установлена, каждый из участников взаимодействия возлагает на себя моральные обязательства вести себя в соответствии с избранной идентичностью (правило самоуважения – сохранения собственного лица), и одновременно принять идентичность другого участника взаимодействия (правило тактичности – сохранения лица другого).

В теории самопрезентации И. Гофмана как одна из значимых рассматривается проблема искренности субъекта в процессе управления впечатлением. В соответствии с тем, что основным предметом анализа для И. Гофмана является определение ситуации, он называет «циниками» тех исполнителей, которые не имеют веры в собственные действия, а также проявляют безразличие к тому, во что верит их аудитория. «Искренними» являются те исполнители, которые создают у аудитории определенный адекватный образ себя и ситуации.

Вопрос об искренности субъекта самопрезентации в социальной психологии уже после И. Гофмана долгое время решался исследователями негативно, однако современные теории исходят из того, что в большинстве случаев субъект склонен презентировать окружающим реальные, а не ложные образы-Я, выбирая тот или иной образ в соответствии с определенной ситуацией.

Виды самопрезентации. 1. По осознанности действий субъекта Б.Шленкер и М.Вейголд выделяют – *осознаваемую (контролируемую)* и *неосознаваемую («автоматическую»)* самопрезентацию. Большинство исследователей, работающих в этом направлении, придерживаются мнения, что самопрезентация – это намеренное и осознаваемое поведение, направленное к тому, чтобы создать определённое впечатление у окружающих.

Осознаваемую или контролируемую самопрезентацию используют в том случае, когда представление себя другим, является очень значимым для личности, так как может повлечь за собой большие потенциальные выигрыши или потери, а также в том случае, если человек предвидит препятствия желаемой самоидентификации, опасается быть воспринятым как неискренний. *Неосознаваемая* («автоматическая») самопрезентация характеризуется более позитивными самоописаниями (мы автоматически улыбаемся, киваем, приводим себя в порядок).

2. По критерию реального взаимодействия определяют *непосредственную* самопрезентацию (субъект-субъектное взаимодействие) и *опосредованную* самопрезентацию (субъект-объект-субъектное взаимодействие). Непосредственная самопрезентация предполагает прямой контакт личности с целевой аудиторией и тесно связано с понятием социального поведения.

При изучении особенностей опосредованной самопрезентации особое внимание уделялось выявлению критериев продуктивности брачных объявлений, а также своеобразия самопрезентации одиноких людей.

3.По способу предъявления информации выделяют *прямую* и *косвенную* самопрезентацию. *Прямая* самопрезентация предполагает представление субъектом информации о самом себе. *Косвенная* сапопрезентация подразумевает представление информации не о самом субъекте, а о других субъектах или объектах, с которыми человек связан весьма отдаленными и незначительными способами.

4. По основанию – стремление получить социальное одобрение или избежать значимых потерь в социальном одобрении – выделяют самопрезентацию *естественного* и *защитного* стиля. *Естественный* стиль самопрезентации характеризуется активным участием личности в социальном взаимодействии, что выражается в инициировании разговора, презентации особых, лестных, приукрашивающих субъекта качеств. *Защитный* стиль характеризуется «оборонительным» поведением и связан с действиями, которые ограничивают или уменьшают участие в социальных взаимодействиях (редкое проявление инициативы в установлении контакта; избегание вопросов, которые могут обнаружить игнорирование или продуцировать несогласие; меньшая самораскрытость), а также осторожной, сдержанной самопрезентацией, предназначенной для того, чтобы избегать внимания.

Мотивы самопрезентации. И. Гофман указывал, что в присутствии других людей у субъекта всегда возникает множество мотивов для того, чтобы контролировать впечатление, которое он производит. В качестве мотивационного фундамента управления впечатлением И. Гоффман определял стремление человека получить социальное одобрение и достижение значимых социальных целей. Но И. Гофмана не интересовал детальный анализ этих мотивов, и лишь в дальнейшем в американской социальной психологии проблема мотивации самопрезентации *с*тала одним из ключевых моментов разработки данной проблематики. Однако единства мнений в определении базовых мотивов управления впечатлением нет.

1. Для американской традиции характерно рассматривать самопрезентацию как демонстративное поведение, направленное на создание у реципиента определенного впечатления с целью получения конкретного результата. Так, Э. Джонс и Т. Питтман считают, что в основе самопрезентации лежит стремление расширить и поддержать влияние в межличностных отношениях. По их мнению, самопрезентация – это полностью осознаваемый процесс и сознательно выстраиваемое поведение для достижения власти и контроля над окружением.

2. Исследователи, работавшие в интеракционистской традиции, полагают, что самопрезентация является средством формирования Образа-Я и самооценки. Г. Мид и Ч. Кули поддерживали идею о том, что в социальном взаимодействии человек демонстрирует различные социальные лица различным партнерам, чтобы представить себя наиболее выгодным образом и произвести наилучшее впечатление, а затем сформировать собственное представление о себе, рефлексируя мнения и поведение окружающих.

Поскольку самооценка и Образ-Я индивида оказываются в прямой зависимости от оценок и отношения окружающих, то самопрезентация

становится действенным средством повлиять на мнения других, а значит, через их рефлексию на представления о самом себе, которое лежит в основе самооценки. Таким образом, управляя впечатлениями, которые формируют о нас другие люди, мы можем управлять собственными впечатлениями о себе.

В своей теории самовосприятия Д.Бем утверждает, что самопрезентация может и более непосредственно влиять на образ «Я» личности. В соответствии с концепцией процесса самовосприятия могут быть моменты, когда люди служат себе собственной аудиторией — когда они демонстрируют себя не только перед другими, но и перед самим собой.

Похожих взглядов на самопрезентацию придерживаются Б. Шленкер и М. Вейголд, а также М. Лири и Р. Ковальски, полагающие, что для индивида характерно намеренно или ненамеренно стремиться представить желаемый образ себя как в глазах окружающих, так и в собственных глазах. Человек защищается, оправдывается, стремится извинить себя, чтобы подтвердить желаемый Образ-Я и поддержать самооценку. В знакомых ситуациях это происходит без сознательных усилий. В незнакомых ситуациях происходит намеренная инсценировка, которую М Лири и Р. Ковальски называют «красованием» (adonization — от Адониса), так как в незнакомой, более сложной ситуации для человека становится особенно важным произвести благоприятное впечатление.

Средством поддержания завышенной самооценки считает самопрезентацию и Д. Майерс. В своем учебнике «Социальная психология» он посвящает самопрезентации специальную главу, где высказывает суждение о том, что большинству людей присуще благосклонное, оптимистическое отношение к себе, т.е. самооценка у большинства людей завышена. Такую завышенную самооценку необходимо поддерживать, отсюда происходит стремление понравиться, произвести впечатление, которое проявляется в особом, в подыгрывающем поведении (подыгрывающее поведение – самопрезентация). Желание показать себя с лучшей стороны, чтобы быть позитивно воспринятым окружающими, влияет в свою очередь на самооценку и самоуважение. Известно, что неудачная самопрезентация угрожает Я–концепции и самоуважению. Страх того, что самопрезентация не удастся, получил название социальной тревоги (social anxiety).

3. Создатели теорий когнитивного баланса (Ф. Хайдер, Л. Фестингер) видят функцию самопрезентации в поддержании когнитивного единства Образа-Я и самоуважения, а самопрезентацию рассматривает как один из приёмов устранения диссонанса. Чтобы обеспечить согласованность, личность может использовать такие приёмы: например, искажает мнения других о себе, приближая их к собственной самооценке, или ориентируется на людей, отношения которых помогает поддерживать привычный «образ Я». Намеренно или ненамеренно, индивид может вести себя таким образом, чтобы вызвать у окружающих отклик, соответствующий его представлению о себе и т.д. Эти большей частью неосознаваемые способы позволяют индивиду поддерживать определённый уровень самоуважения и сохранить единство «Образа Я».

4. Существуют попытки рассмотреть самопрезентацию как поведенческую реализацию мотивации. Например, Р. Аркин и А. Шутц видят в самопрезентации реализацию мотивации достижения или избегания неудач и выделяют по этому признаку *приобретающую и защитную самопрезентацию*.

Приобретающая самопрезентация выражает мотивацию достижения. Для нее характерен выбор адекватных ролей и задач (соответствующих социальному положению, образованию и пр.), выбор социальной среды, соответствующей уровню идентификации субъекта (человек общается с равными себе). Защитная самопрезентация — поведенческое проявление мотивации избегания неудач. Она чаще всего не осознается. Человек выбирает неадекватную для решения задач среду: либо с заниженными требованиями, либо с непомерно высокими (авантюристическая самопрезентация).

5) Ряд исследований основывается на предположении, что самопрезентация является личностной чертой. А. Фенигстейн, М. Шейер и А. Басс назвали это свойство самосознанием, а М. Снайдер — саморефлексией.

Марк Снайдер, развивая основные положения гоффманского подхода, предположил, что некоторые люди управляют впечатлением о себе, в то время как другие не делают этого. Некоторые люди управляют своим поведением, обращая внимание на своё внутреннее (реальное) «Я», другие обращают внимание на то впечатление, которое они создают у окружающих. М. Снайдер называл людей, обращающих большое внимание на впечатление, которое они производят на других, склонными к самомониторингу (self-monitors).

Чтобы доказать, что самомониторинг – важное качество, отличающее людей друг от друга, М. Снайдер придумал сорок одно самоописательное утверждение, связанное с пятью способами, которыми, по его мнению, отличаются люди с высоким показателем по самомониторингу от людей с низким показателем.

Пять отличий людей с высоким показателем по самомониторингу относительно людей с низким показателем

Высокий уровень самомониторинга	*Низкий уровень самомониторинга*
1. Интересуются социальным соответствием своей самопрезентации	1. Не интересуются соответствием своего поведения тому, что думают другие люди
2. Внимательны к тому, что делают другие люди, как к руководству для собственного самовыражения	2. Внимательны к своему внутреннему «Я»; не интересуются тем, что делают другие
3. Способны контролировать своё самовыражение	3. Не интересуются управлением своим самовыражением
4. Готовы управлять своим самовыражением в социальных ситуациях	4. Не готовы контролировать своё самовыражение в социальных

	ситуациях
5. Не согласуются в своей самопрезентации от ситуации к ситуации	5. Согласуются в своей самопрезентации от ситуации к ситуации

На основании этих утверждений М. Снайдер создал Шкалу Самомониторинга, состоящую из двадцати пяти пунктов. Анализ этой шкалы показал, что она весьма надёжна и валидна.

Люди с высоким показателем по самомониторингу характеризуются высоким соответствием между желаемым и реальным самопрезентированием, т.к. обладают способностью рефлексирования своего внешнего облика, и могут фиксировать рассогласование по реакциям аудитории. Другая их особенность – гибкость и трансформируемость в зависимости от изменений обстоятельств. (Хамелеоны). Несомненно, что для них характерен и высокий уровень непредсказуемости в поведении со стороны окружающих.

Люди с низким показателем самомониторинга отличаются большей естественностью и предсказуемость, т.к. в их презентировании отражаются их действительно утойчивые диспозиции.

Последующие исследования подтвердили, что люди с высоким показателем по самомониторингу по сравнению с людьми, обладающими низким показателем по самомониторингу: больше подходят для социологических целей; лучше приспосабливаются к взглядам аудитории; меньше интересуются своими истинными установками в принятии решений; имеют множество знакомых и приятелей для разного рода деятельности; больше интересуются физической привлекательностью (внешним видом).

*Стратегии и техники самопрезентации***.**

Стратегия самопрезентации – совокупность поведенческих актов личности, разделённых во времени и пространстве, направленных на создание определённого образа в глазах окружающих.

Тактика самопрезентации — это определённый приём, с помощью которого реализуется выбранная стратегия. Тактика самопрезентации является кратковременным явлением и направлена на создание желаемого впечатления в конкретной жизненной ситуации.

Стратегия самопрезентации может включать в себя множество отдельных тактик.

Э. Джонс и Т. Питтман в 1982 году создали одну из первых классификаций стратегий самопрезентации.

Понимая под самопрезентацией поведенческую реализацию стремления к власти в межличностных отношениях. Они выделяют пять «видов» власти и предлагают, соответственно, пять стратегий ее достижения.

В частности, выделяются:

- стратегия «старание понравиться», предполагающая попытку представить себя привлекательным в глазах других;

- стратегия запугивания, предполагающая презентацию себя как властного, потенциально опасного человека;
- стратегия мольбы, то есть презентирование себя как слабого и беззащитного в целях вызывания сочувствия со стороны аудитории;
- стратегия образцовости, то есть презентация себя как морально выдержанного в целях демонстрации значимости своей личности и
- стратегия самопродвижения, предполагающая попытку выглядеть компетентным в целях вызывания уважения со стороны других людей.

Наиболее детальная классификация стратегий самопрезентации осуществлена А. Шутц**,** которая на основе обобщения большого количества литературы, посвященной данной проблеме, выделила собственные критерии для категоризации тактик и стратегий самопрезентации. В предложенной А. Шутц классификации выделено *четыре стиля самопрезентации:* ассертивный *(assertive),* агрессивный *(offensive),* защитный (*protective*) и оправдывающийся (*defensive*). Данная классификация основана на анализе двух переменных: 1) ведущих мотивах самопрезентации (стремлении «выглядеть хорошо», то есть получить социальное одобрение — стремлении «не выглядеть плохо» или избежать значимых потерь в социальном одобрении); 2) активности или пассивности самопрезентационного поведения.

Ассертивная самопрезентация, по А. Шутц, предполагает активные, но не агрессивные попытки сформировать благоприятное впечатление о себе. В процессе ассертивной самопрезентации люди представляют черты, желательные для них в данной ситуации. Ассертивная самопрезентация включает в себя стратегии самовыдвижения, образцового поведения, демонстрацию силы и власти и стратегию идентификации со специфической группой. Стратегия демонстрации силы направлена не на формирование страха, а должна убедить целевую персону в том, что субъект самопрезентации способен выполнить обещания и осуществить требования.

Субъект с *агрессивной самопрезентацией* использует агрессивный способ представления желаемого образа. Этот стиль самопрезентации характеризуется большим уровнем активности и стремлением получить социальное одобрение. Согласно А. Шутц, способами реализации данного стиля самопрезентации являются стратегия принижения оппозиции (ирония, критические оценки), стратегия «критики критика» (критика, направленная в адрес задающего критический вопрос или высказывающего критические замечания) и стратегия «ограничения темы дискуссии», предполагающая стремление изменить тему обсуждения.

Защитная самопрезентация включает в себя «пассивное» стремление избегать негативного впечатления. Избежание публичного внимания, минимальное самораскрытие, осторожное самоописание, отражающее стремление не привлекать внимания к своим способностям, минимизация социальных интеракций, стремление сохранять молчание, дружелюбное, но пассивное взаимодействие — такое поведение может быть классифицировано как защитная самопрезентация.

Оправдывающаяся самопрезентация характеризуется активностью и стремлением избежать значимых потерь в социальном одобрении. К стратегиям, реализующим оправдывающуюся самопрезентацию, А. Шутц относит: стратегию отрицания («Ничего не произошло, ничего страшного не случилось»), стратегию переиначивания, предполагающую согласие с тем, что основные события имели место, и доказывающую, что они не были оценены негативно («Все было не так»). Сюда же могут быть отнесены извинения («Я не мог ничего сделать»), оправдания, предполагающие признание негативного события и утверждения о том, что оно было неизбежно или законно («Это было правильно», «Так надо было поступить»), а также стратегия уступок, предполагающая принятие всей ответственности за негативные события, демонстрацию раскаяния, обещания о том, что подобные действия больше не повторятся.

Р. Бэрон утверждает, что управление впечатлениями имеет много различных форм. Однако большинство из них попадают в две основные категории: *усиление собственной позиции* — попытки поддержать наш собственный образ и *усиление позиции собеседника* — попытки сделать так, чтобы интересующий нас человек чувствовал себя комфортно в нашем присутствии.

Специфичные типы тактики усиления собственной позиции включают действия по улучшению собственной внешности. Этого можно достичь с помощью изменений в одежде, ухода за собой (косметика, стильная прическа, использование парфюмерии) и продуманного использования невербальных сигналов. Среди наиболее важных тактик усиление позиции собеседника выделяют – комплименты и лесть (когда мы осыпаем интересующего нас человека похвалами, даже если он их не заслуживает); выражение согласия с мнением этого человека; проявление высокого уровня заинтересованности в нем (ловим каждое его слово); маленькие одолжения лично для него; просьбы о совете или ответной реакции; выражение симпатии к нему вербальным или невербальным способом.

Р. Чалдини к наиболее известным тактикам позитивной самопрезентации относит тактику *наслаждения отраженной славой*, которую он определяет как процесс демонстрации своей связанности с успешными, имеющими высокий статус людьми или событиями.

Исследования стратегий и тактик самопрезентации личности в отечественной социальной психологии не слишком многочисленны. В исследованиях Е. А. Соколовой-Бауш рассматривается в качестве техник самопрезентации уже существующие и известные техники общения. Е. А. Соколовой-Бауш были определены невербальные техники общения, эффективно влияющие на формирование благоприятного и неблагоприятного впечатлений о коммуникаторе и реципиенте. Так, с помощью невербальной техники «отзеркаливание» поз, движений, мимики партнера по общению коммуникатор чаще всего формирует о себе благоприятное впечатление (впечатление «культурного человека в общении»). Реципиент чаще всего

производит благоприятное впечатление (впечатление внимательного и понимающего слушателя), подстраиваясь под дыхание собеседника.

Н. А. Федорова рассматривает *вербальные техники* самопрезентации (включает способы организации текста и риторические приёмы) и *невербальные техники,* к которым относятся: внешний вид, одежда, манера держаться, обстановка, речевые манеры, позы, мимика, жесты, поведенческие приемы. По критерию предмет самопрезентации Н. А. Федорова различает прямые техники, когда субъект использует для самопрезентации информацию о себе, и непрямые техники, когда субъект использует для самопрезентации информацию о других людях или явлениях.

Итак, самопрезентация является своеобразным мостом, посредником между внутренним миром человека и внешним миром других людей; это средство представления внутренней сущности человека вовне. А эффективная самопрезентация — это своеобразный ресурс, позволяющий человеку реализовать свои возможности. Несомненно, наиболее эффективным стилем самопрезентационного поведения является ассертивный, который предполагает активные, но не агрессивные попытки сформировать благоприятное впечатление о себе.

4. Межличностная аттракция и ее характеристика.

Аттракция – (от фр.- притяжение, привлечение, тяготение) – в социальной психологии – процесс взаимного тяготения людей друг к другу; формирования привлекательности одного человека для другого; механизм формирования привязанностей, дружеских чувств, симпатий, любви; положительные чувства по отношению к другому индивиду, стремление находиться в его обществе.

Исследования факторов межличностной аттракции начались в 1930-е годы с анализа таких вопросов, как кто кого привлекает и почему. Особое влияние на развитие исследований оказали Я.Л. Морено и Т. Ньюкомб. В эти же годы выходит популярнейший бестселлер Дейла Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей», выдержавший пятьдесят переизданий в США и ставший таким же бестселлером в 1980-е годы в нашей стране.

Новая волна исследований сформировалась на волне исследований аттитюда. Аттракция началась рассматриваться как аттитюд, направленный на конкретного человека и охватывающий все три традиционно выделяемых его компонента: когнитивного (представления о человеке), аффективного (чувства к человеку) и поведенческого (тенденции к определенному поведению во взаимоотношениях с человеком). В теоретических построениях доминировали идеи симметрии, баланса и соответствия между ними. Например, в теории баланса Ф.Хайдера утверждалось, что люди положительно относятся к тем, кто проявляет симпатию к ним самим, т.е. любят своих друзей и ненавидят их врагов.

Значительная часть явлений аттракции объясняется теорией «вознаграждений – издержек» Дж. Хоманса: человек взвешивает возможные затраты на достижение цели и получаемую выгоду. Если затраты окупаются –

отношения позитивны, если они превышают прибыль, то отношения становятся негативными. Эта теория позволяет предсказать, что нам понравятся люди, чье мнение сходно с нашим, и произойдет это потому, что они вознаграждают нас, подтверждая нашу правоту своим согласием, т.е. помогут нам поверить в то, что наши мнения являются «правильными». Нам понравятся сотрудничающие с нами люди, а не конкурирующие, т.к. поведение, основанное на сотрудничестве, по определению является вознаграждающим: человек, который с нами сотрудничает, оказывает нам помощь, прислушивается к нашим идеям, делает предложения и разделяет наши трудности.

В 1970-е годы разрабатывается модель подкрепления Лота, которая аккумулирует идеи теории баланса и обмена, в соответствии с которыми решающей предпосылкой межличностной аттракции является включение во взаимоотношения подкреплений. Если ваши действия получают подкрепления со стороны других людей, то в отношении к ним и формируется аттракция.

Согласно модели подкрепления – эмоций Бирна и Клоа:

– люди идентифицируют воздействующие на них стимулы поощрения или наказания и стремятся к нахождению первых и избеганию вторых;

–позитивные чувства ассоциируются с поощрением, а негативные - с наказанием;

– стимулы оцениваются в определениях, вызываемых ими чувств. Оценка позитивна в случае возникновения позитивных чувств и негативна – при возникновении негативных чувств;

– любой нейтральный стимул, ассоциируемый с позитивным подкреплением, вызывает позитивные чувства, в то время как любой нейтральный стимул – с негативными чувствами.

Соответственно, вызывание симпатии или антипатии конкретными людьми связано с теми чувствами, которые ассоциируются с ними.

Еще одной теорией, часто привлекаемой к объяснению межличностной аттракции, является теория равенства Адамса. Эта теория связана с рассмотрением двух типов ситуаций:

1. Взаимным обменом ресурсов (например, супружеские отношения).
2. Обменом, в котором происходит распределение ограниченных ресурсов (например, компенсация ущерба).

В обеих ситуация теория равенства постулирует, что люди стремятся к справедливому распределению ресурсов, основанному на вкладе каждого. По Адамсу равенство между двумя индивидами А и Б имеет место тогда, когда вклад и полученный результат А равен вкладу и полученному результату Б.

Человек выводит своеобразную пропорцию того, что он должен вложить в данные отношения и что должен получить в итоге. Эта пропорция соотносится с пропорциями других участников взаимоотношений. Если пропорции равны, то распределение ресурсов считается справедливым и равным и, наоборот. Таким образом, взаимоотношения рассматриваются как равные, если все участники пропорциональны в их вкладе и полученных

результатах взаимоотношений. Эта пропорциональность обычно определяется, как правило, справедливого распределения, введенное Хомансом.

Логика предложенной теоретической конструкции является выверенной и обоснованной по отношению к рациональной, лишенной эмоциональной окраски и субъективной интерпретации системы отношений. Логика предложенной теоретической конструкции является выверенной и обоснованной по отношению к рациональной, лишенной эмоциональной окраски и субъективной интерпретации системы отношений. Но в реальной жизни человек далеко не всегда рационален в своих чувствах и поступках и не всегда уподобляется бухгалтеру, подводящему баланс взаимоотношений.

Факторы, детерминирующие межличностную аттракцию. В широком спектре исследований данной проблемной области было изучено достаточно большое количество факторов.

Физическое окружение. Многие исследования показали, что простое физическое присутствие рядом другого индивида увеличивает вероятность возникновения дружбы (Фестингер, Шахтер, Бек, Сегал и др.). Существует несколько причин, почему пространственная близость приводит к взаимному притяжению. Во-первых, если человек рядом, для развития дружбы с ним попросту меньше препятствий; во-вторых, регулярно бывая в обществе какого-то человека, мы получаем больше информации о нем, можем выяснить, есть ли у нас общие интересы, совпадает ли наше отношение к миру; в-третьих, пространственная близость может привести к взаимному притяжению посредством так называемого *эффекта простой экспозиции* (Р.Зайонц). Однако действие пространственной близости на развитие аттракции может зависеть и от многих других факторов. Во-первых, действие пространственной близости проявляется особенно явно, когда субъекты однородны. Например, в исследовании Л.Фестингера все испытуемые были либо студентами, либо ветеранами. Во-вторых, пространственная близость может и снизить аттракцию, т.к. неприятные черты людей тоже становятся более заметными.

Знакомство с человеком так же может выступать в качестве фактора аттракции. Р. Зайенс показал, что повторное предъявление многих стимулов приводит к более положительному отношению к ним. Это же происходит и с фотографиями незнакомых людей при их повторном разглядывании. Данному факту может быть дано много объяснений. Одно из них заключается в том, что часто неопределенность прогноза в отношении объекта, человека или события повышает уровень тревожности, в то время как наличие информированности о них приводит к повышению ощущения контролируемости. В частности, во многих исследованиях был зафиксирован факт возникновения внутреннего напряжения при столкновении с объектами, которые не могут быть категоризированы в собственном эмпирическом опыте человека

Доступность. Люди легко доступные и взаимоотношения с которыми не требуют сверхусилий воспринимаются более положительно. В частности на этом моменте часто строятся так называемые «выходы в народ» политических деятелей в период предвыборных компаний. Хотя в данном

случае надо иметь в виду, что факт доступности начинает приобретать свою силу лишь после исходной недоступности, чем так же пользуются квалифицированные бюрократы, первоначально создавая массу искусственных преград, а потом милостиво снисходя к человеку. Постоянная же доступность с течением времени снижает привлекательность объекта.

*Ожидание продолжения взаимодействия***.** В логике уже известной теории баланса Ф. Хайдера антиципация будущего развития позитивных взаимоотношений увеличивает привлекательность человека, конечно, при условии, что эти отношения носят позитивный характер.

Сходство установок. Сходство вообще является мощным фактором, питающим аттракцию и дружбу. Многочисленные эксперименты постоянно подтверждают, что аттракция – прямая линейная функция пропорции сходных установок. В качестве механизма, определяющего значимость сходства, как детерминанты аттракции различными исследователями определяется механизм валидизации собственной Я-концепции и мировоззрения. Как уже показывалось при рассмотрении теории самоверификации Свана, людям присуща необходимость в поддержании обратной связи с другими людьми в порядке уточнения верности собственных представлений. Получение подтверждений верности собственных построений как бы в знак благодарности увеличивает привлекательность людей, подтверждающих их.

Хотя закон аттракции выведен, доказан и имеет широко применение, выяснилось, что на зависимость аттракции от сходства установок влияют два фактора: во-первых, несовпадение той роли, которую одна и та же установка играет для двух разных людей: чем сильнее расхождение, тем меньше аттракция; во-вторых, аттракцию вызывает только сходство установок по отношению к важным объектам.

Взаимность. Симпатия или антипатия к человеку во многих случаях подчиняется принципу взаимности, в соответствии с которым нам нравятся те люди, которым нравимся мы и, наоборот. Тем не менее, проявления этого фактора не носят универсального характера. Отнюдь не все люди, симпатизирующие нам, вызывают положительные эмоции. Точно так же, не все люди, которым не нравимся мы, вызывают исключительно негативные эмоции. Исследования показывают, что лица с высокой самооценкой более самодостаточны, в то время как лица с заниженной самооценкой более подвержены влиянию данного фактора.

Взаимодополняемость. В противовес теории сходства Винч сформулировал теорию дополняемости потребностей. Он исходил из предположения, что мы в своих отношениях стремимся к поиску людей, способных содействовать удовлетворению наших актуальных потребностей. В пользу этой гипотезы свидетельствует определенная жизненная эмпирия, заключающаяся в том, что в межличностных взаимоотношениях люди часто проявляют склонность к установлению более тесных взаимоотношений с людьми, при посредстве которых они получают возможность стать более приспособленными к решению прагматических задач.

Способствование достижению личностно значимых целей. Согласно предположению М. Дойча, что кооперативное взаимодействие или представления о нем, ведут к возрастанию межличностной аттракции: если кто-либо, обладающий необходимым потенциалом, оказывает вам содействие в достижении значимой цели, то аттрактивность его будет высока. Человек, способствующий достижению актуальной цели, обладает высоким потенциалом аттрактивности и, наоборот, люди, фрустрирующие ее достижению менее аттрактивны.

Личностная гармония. Понимание сложной взаимообусловленности различных факторов друг с другом и исследования гармоничных супружеских пар привело к выдвижению Шульцем фактора личностной гармонии. Выдвинув в качестве ведущего основания гармоничных взаимоотношений потребности включенности, контроля и привязанности он предположил, что именно их гармоничное сочетание и приводит к высокой аттракции. При этом под потребностью включенности понималось чувство собственной необходимости для других; под потребностью контроля – необходимость принятия участия в выработке и принятии значимых решений; и под потребностью привязанности – необходимость в аффилиативных, эмпатийных отношениях. В этой концепции показана необходимость взаимных усилий партнеров в формировании аттракции. Отчасти пересекаясь с построениями теоретиков социального обмена, Шульц, показал, что если одна из сторон не прилагает усилий к развитию взаимоотношений, то с течением времени ее аттрактивность будет падать. Данный вывод особенно важен для практики подбора партнеров. Ориентация на нахождения гармонирующих факторов не дает гарантии в главном – в длительности взаимоотношений и развитии аттрактивности. Лишь наличие совместных усилий и их высокий потенциал инерции с некоторой степенью вероятности гарантирует позитивную динамику аттракции.

Физическая привлекательность. Существует ряд гипотез, объясняющих наличие связи между внешней красотой и аттракцией:

– красота является положительным подкреплением: человеку приятно видеть красивое;

– красивые люди могут быть более коммуникабельными, обладать более развитыми коммуникативными навыками, что может объясняться различными условиями социализации красивых и некрасивых людей. Замечено, что у более красивых мужчин и женщин в общении с другими людьми преобладает ориентация непосредственно на партнера, например, разговор о нем доминирует над ориентацией на достижение какой-либо внешней цели;

– популярность красивых людей может быть вызвана определенными выгодами общения с ними. Красивый человек как бы повышает уровень физической привлекательности своего партнера

– действие эффекта ореола — «красивый — значит, хороший»; люди склонны ассоциировать красоту с положительными личными характеристиками, а некрасивость — с отрицательными.

Физическая привлекательность, в целом для мужчин является более важной определяющей любовного влечения, чем для женщин. С точки зрения теории социальной эволюции, в поведении индивидов по большей части бессознательно воспроизводятся отработанные в ходе эволюции человека механизмы, помогавшие нашим предкам с наибольшей степенью вероятности произвести и вырастить жизнеспособное потомство (Басс). Согласно таком взгляду, мужчины призваны предпочитать женщин, видимо, способных произвести на свет здоровых младенцев и успешно их вырастить. В силу этого мужчины стали особенно восприимчивы к признакам молодости, здоровья и репродуктивных возможностей.

Тема 6 Социальное объяснение.

1. ***Понятие каузальной атрибуции. Теоретические подходы к процессу атрибутирования***

2 . Ошибки и тенденциозности в процессе атрибуции и их источники

3. Стилевые особенности атрибутирования. Феномен наученной беспомощности.

4. Атрибутивная терапия

1. Понятие каузальной атрибуции. Теоретические подходы к процессу атрибутирования

В обыденной жизни люди сплошь и рядом не знают действительных причин поведения другого человека или знают их недостаточно. Тогда, в условиях дефицита информации, они начинают приписывать друг другу причины поведения. Процесс, благодаря которому люди пытаются сделать это, называется атрибуцией. Кауза – причина. Термин «атрибуция» означает «приписывание свойств, признаков».

*Атрибутирование – правдоподобное объяснение самому себе причинности происходящего***.**

Атрибуция является комплексным процессом, поэтому объяснить ее действие пытались многие ученые. Остановимся на наиболее влиятельных теориях, а также рассмотрим сравнительно недавние попытки расширить и усовершенствовать их.

*Теория наивного психолога Ф. Хайдера***.** Само понятие атрибуции, как и модель наивного ученого, были введены Фрицем Хайдером в 1958 году. Ф. Хайдер исследовал как «обычные люди» в условиях «обычной» жизни с позиции здравого смысла, пытаются объяснить события, происходящие в их социальном и физическом мире?

В качестве исходной посылки анализа поведения им взята формула К.Левина, что поведение – это производная от интернальных (личностных) и экстернальных (ситуативных) факторов – $P = F (P, S)$.

В качестве интернальных факторов выделяются – интенции (намерения), прилагаемые усилия и имеющиеся способности.

Экстернальные же факторы подразделяются на сложность решаемой задачи и влияние случая. Понимание того, какой ряд факторов должен быть ис-

пользован, делает мир атрибутирующего более предсказуемым и контролируемым считает Ф. Хайдер.

Далее Ф. Хайдер в своих идеях основывался на трех принципах:

1. Так как люди рассматривают свое поведение как мотивированное, они пытаются выявить и мотивы других людей, для чего рассматривают причины и основания их поведения.

2. Поскольку мы конструируем теории причинности для того, чтобы предсказывать и контролировать окружение, мы стремимся ориентироваться на устойчивые характеристики окружающего, т.е. черты личности и их способности, а так же стабильные характеристики ситуации, в которой реализуется поведение и которые воздействуют на него.

3. Атрибутируя причинность поведения, мы дифференцируем личностные факторы (например, качества, способности) и ситуативные факторы (например, своеобразие ситуации, социальное давление). В первом случае речь идет о внутреннем (или диспозиционном) атрибутировании, во втором - о внешнем (или ситуативном) атрибутировании. Люди приписывают причины либо внешним факторам, либо внутренним.

Ф. Хайдер считал, что т.к. внутренние причины или интенции скрыты в нас самих, то мы можем только предполагать их и то только в случае, если нет явных внешних причин. В то же время мы проявляем высокую готовность приписывать стабильные личностные особенности других людей в качестве причин их поведения.

Теория соответствующих предположений Е. Джонса и К. Дэвиса.

Согласно данной теории цель процесса атрибуции сделать предположение, что наблюдаемое поведение и намерение, которое его производит, соответствует каким-то базовым неизменным качествам человека или действующего.

Центральное понятие теории – соответствующее предположение – определяет процесс принятия воспринимающим решения о том (имеет отношение к суждению воспринимающего о том), что поведение действующего вызвано определенной чертой или соответствует ей (например, чье-то враждебное поведение приписывается черте «враждебности»).

Е. Джонс и К. Дэвис считают, что люди заинтересованы в совершении соответствующих предположений, потому что диспозиционные причины являются стабильными и позволяют делать поведение предсказуемым. А это, в свою очередь, увеличивает собственное ощущение контролируемости мира.

Согласно теории Джонса и Дэвиса, мы, наблюдая за действиями других людей, определяем их личностные особенности (диспозиции), которые проявляются в разных ситуациях и сохраняются стабильными на протяжении длительного времени. И решая эту задачу, мы обращаем свое внимание на определенные типы действий — на те, которые кажутся нам наиболее информативными.

Во-первых, мы рассматриваем только те действия, которые нам кажутся свободно выбранными, и игнорируем те, которые были тем или иным образом

навязаны интересующему нас человеку. Свободно избираемое поведение является более информативным в отношении диспозиций, нежели поведение, находящееся под контролем внешней угрозы, побуждения или принуждения.

Во-вторых, мы уделяем большое внимание действиям, которые приводят к тому, что Джонс и Дэвис назвали нетипичными результатами, — результаты, которые могут быть вызваны только одним специфическим фактором. Поведение, которое является уникальным, т.е. не похожим на другое, дает больше информации о диспозициях.

В-третьих. Решающее влияние на диспозиционное атрибутирование оказывают представления воспринимающего о том, что должны делать люди в сходной ситуации (социальная желательность). Социальная желательность поведения дает мало информации о диспозициях, т.к. считается, что оно контролируется социальными ролями. В тоже время социально нежелательное поведение дает больше оснований для совершения корреспондирующих выводов.

Таким образом, согласно теории, предложенной Джонсом и Дэвисом, нам свойственно считать, что поведение других людей отражает их устойчивые черты (т. е. мы склонны делать соответствующее предположение - корреспондентные умозаключения о них), когда их поведение - 1) выбрано свободно; 2) завершается нетипичным, характерным образом и 3) является социально нежелательным.

Следующим дополнением к теории атрибуции стала *модель ковариации и конфигурации Г.Келли.*

Она носит название ковариационная модель, т.к. в ней используется принцип ковариирования наличной информации. Используемая в процессе рассуждений процедура напоминает широко используемую в математической статистике технику анализа вариантов (ANOVA) и по этой причине данная модель часто называют моделью ANOVA.

Г.Келли рассматривает человека по аналогии с наивным ученым. Для выяснения того, какие именно факторы являются определяющими по отношению к конкретному поведению – внутренние (например, особенности личности) или внешние (например, социальное давление), люди используют принцип ковариирования наличной информации.

В своих попытках ответить на вопрос «почему» о поведении других людей мы фокусируем внимание на информации, связанной с тремя основными аспектами.

Во-первых, мы рассматриваем согласованность – то, насколько схожи реакции интересующего нас человека и других людей на определенные стимулы или события. Чем больше количество одинаково реагирующих людей, тем выше согласованность (большинство).

Во-вторых, мы рассматриваем постоянство – насколько типична реакция рассматриваемого нами человека на повторяющийся стимул или событие (всегда).

В-третьих, мы анализируем дифференциацию – одинаково ли этот человек реагирует на другие стимулы или события (везде).

В соответствии с данной моделью, мы склонны объяснять поведение других людей внутренними причинами в тех случаях, когда согласованность и дифференциация на низком уровне, а постоянство — на высоком. (Поведение несогласованное, недифференцированное, постоянное характеризует человека, а не ситуацию). Изменение лишь одного компонента может повлиять на атрибуцию.

Напротив, мы обычно объясняем поведение окружающих внешними причинами в тех случаях, когда все три аспекта — согласованность, постоянство и дифференциация — находятся на высоком уровне.

Наконец, мы связываем поведение других людей с комбинацией внутренних и внешних факторов тогда, когда согласованность находится на низком уровне, а постоянство и дифференциация — на высоком.

Ковариации используются в том случае, если есть информация из многих источников.

2 . Ошибки и тенденциозности в процессе атрибуции и их источники

Атрибуция часто служит основой для возникновения некоторых ошибок – тенденций, которые могут привести нас к более серьезным ошибкам относительно причин поведения других людей.

Ли Росс идентифицировал целый ряд ошибок атрибуции (1977). Одной из наиболее известных является *Фундаментальная ошибка атрибуции*:

– тенденция преувеличивать значение личностных или диспозиционных факторов, а не ситуативных или «средовых» влияний при описании и объяснении причин социального поведения (Э.Аронсон).

— тенденция наблюдателей недооценивать влияние ситуации на поведение человека, в то же время, переоценивая влияние диспозиции (Д.Майерс).

Социальные психологи провели множество исследований, пытаясь объяснить фундаментальную ошибку атрибуции. Одним из возможных объяснений является следующее: когда мы наблюдаем поведение другого человека, мы обычно фокусируем свое внимание на его действиях, а контекст поведения часто уходит на второй план. В результате нам кажется, что именно настроения человека объясняют его поведение, а не ситуация.

Другое объяснение исходит из того, что мы замечаем ситуационные причины, но не придаем им достаточного внимания при атрибуции.

Еще одно объяснение: люди часто ошибаются относительно возможных ситуативных причин поведения из-за ограниченной возможности обработки информации. Это объяснение подразумевает, что понимание ситуативных причин требует больших когнитивных ресурсов, а люди привыкли делать выводы о личностных особенностях или социальных установках других людей, минимизируя или даже вовсе не прикладывая усилий.

«Эффект ложного согласия»**,** проявляющийся в склонности людей рассматривать собственное поведение как типичное, строя предположения, что и другие люди в подобного рода ситуациях будут вести себя сходным образом. Данный эффект может быть обусловлен рядом факторов: (1) т.к.

люди стремятся поддерживать отношения с людьми сходных взглядов, то это создает иллюзию генерализации; (2) в силу тенденции к самопоследовательности и самосоответствию люди избегают обсуждения альтернативных вариантов; (3) присущий субъективизм и избирательность в оценках создают предпосылки для своеобразного зашоривания глаз, проявляющемся в том, что мы видим и слышим то, что хотим видеть и слышать.

Эффект «деятель—наблюдатель». Еще одна, тесно связанная с предыдущей, ошибка атрибуции касается нашей склонности приписывать причины собственного поведения ситуативным факторам, а причины поведения других людей — диспозиционным (внутренним). Этот «перекос» в атрибуции известен как эффект «деятель—наблюдатель» (Э.Джонс и Р. Нисбет). Эффект «деятель—наблюдатель» возникает потому, что мы достаточно хорошо осведомлены о многих ситуативных факторах, влияющих на наше собственное поведение, но меньше осознаем такие факторы, когда дело касается действий других людей. Таким образом, мы обычно воспринимаем наше собственное поведение как вызванное в основном ситуативными причинами, а поведение других людей — как вытекающее главным образом из их личностных особенностей, или диспозиций.

Ошибка ложных корреляций. Сам феномен ложных корреляций хорошо известен и описан. Он состоит в том, что наивный наблюдатель произвольно соединяет какие-либо две личностные черты как обязательно сопутствующие друг другу. Особенно это относится к неразрывному объединению внешней черты человека и какого-либо его психологического свойства (например: «все полные люди — добрые», «все мужчины невысокого роста — властолюбивы» и пр.). «Ложные корреляции» облегчают процесс атрибуции, позволяя почти автоматически приписывать причину поведения наблюдаемой личности, совершая произвольную «связку» черт и причин.

Ошибка самооправдания – тенденция приписывать наши собственные позитивные результаты внутренним причинам, а негативные – внешним факторам, называется ошибкой самооправдания; она является общей по своим проявлениям и действенной по своим результатам.

Почему возникает этот сдвиг в атрибуции? Было выдвинуто несколько объяснений**,** большинство из них можно разделить на две категории: когнитивные и мотивационные. Когнитивная модель предполагает, что ошибка самооправдания базируется главным образом на различных способах обработки социальной информации: согласно этой модели, мы приписываем позитивные результаты внутренним причинам, а негативные — внешним, поскольку ожидаем, что достигнем успеха, и потому склонны приписывать ожидаемые результаты скорее внутренним, а не внешним причинам. Напротив, мотивационное объяснение предполагает, что ошибка самооправдания возникает из потребности защищать и усиливать чувство собственного достоинства или в силу связанного с этим желания выглядеть хорошо в глазах других. Хотя когнитивные и мотивационные факторы одинаково хорошо

объясняют этот тип атрибутивной ошибки, данные исследований, как оказалось, больше поддерживают мотивационную интерпретацию.

2. Стилевые особенности атрибутирования. Феномен наученной беспомощности.

Стиль атрибуции – устойчивая тенденция возложения ответственности за совершенные действия либо на себя, либо на сложившиеся обстоятельства или социальное окружение. Причем эта стилевая тенденция проявляется в том, что человек либо «не видит» собственных заслуг в «очевидном» для других, либо «видит» собственную вину и ответственность во всем происходящем. Люди различаются между собой в отношении предпочтения тех или иных атрибуций. Эти различия проявляются, когда их просят объяснить свои успехи и неудачи.

Первенство в постановке этой проблемы принадлежит Джулиану Роттеру. По его мнению, некоторым людям присущи постоянные чувства, что все, что происходит с ними, регулируется внешними факторами: судьба, случай, везение, удача, влиятельные люди.

Для диагностики уровня интернальности и экстернальности им была разработана специальная двадцати девятипунктная шкала, предназначенная для определения локуса контроля по отношению к различным типам поведения, включая политические представления, поведение, связанное с достижениями, реакции на болезни и т.п. Сложность использования данной шкалы связана с тем, что при ее посредстве трудно выделить какую-либо отдельную область (отдельное измерение личности) из измеряемого ряда относительно независимых представлений контролируемых субъектом.

Ряд других опросников был предназначен для определения стилевых особенностей атрибутирования – присущих людям тенденций совершать определенные причинные выводы в различных ситуациях и времени. Одним из самых известных опросников является разработанный Лейденом опросник ASQ и его модификации. Он измеряет типы объяснений, которые люди дают вызывающим антипатию событиям по трем измерениям: интернальное \ экстернальное, стабильное \ нестабильное, глобальное \ специфическое. Люди, проявляющие тенденцию оценивать вызывающие антипатию события как обусловленные интернальными, стабильными и глобальными факторами обладают «депрессивным атрибутивным стилем», отражающим склонность к беспомощности и депрессии и приводящим к возможности заболевания.

Наученная беспомощность – это беспомощность, приобретаемая в случае, когда человек не чувствует возможности контроля над повторяющимися неприятными событиями. Описание феномена наученной беспомощности в рамках атрибутивного подхода было предложено Абрамсоном, Селигманом и Тисдейлом. Они предположили, что каузальная атрибуция детерминирует реакции на непреодолимые события, отмечая важность фактора контролируемости событий в возникновении депрессии. Сталкиваясь с многочисленными неудачами, люди впадают в состояние подавленности, депрессии, становятся пассивными, т. к. считают, что все их усилия будут

неэффективными, и таким образом формируют готовность к будущим неудачам, что снижет самоэффективность и обрекает на новые неудачи.

Отталкиваясь от утверждения Вайнера о зависимости атрибутирования от успешности или неуспешности прошлых действий или от решения об ответственности, они обосновывают необходимость включения медиаторного звена между представлениями субъекта о причинности и реальных результатах. Беря измерение стабильности, идентифицированное Вайнером, они предлагают дополнить его измерением глобальности, т.е. мерой скрытости от людей причинности событий. Атрибутирование успешности действий способностями человека отражает измерение стабильности, ограничение же успешности только рамками данной задачи - измерением глобальности. Таким образом, стабильность выступает в качестве константной величины, а глобальность - изменчивой, характеризующей степень скрытости причинности событий от атрибутирующего. Как и Вайнер, эти исследователи утверждают, что показатель базисной интернальности в атрибутировании связан с уровнем самоуважения и самооценкой. Лица, проявляющие склонность к интернальности, стабильности и глобальности причинности отличаются повышенной депрессивностью.

В рамках данного подхода предлагается выделение трех измерений: локуса контроля, стабильности и глобальности или генерализованности. Каждое из этих измерений может влиять на формирование депрессии. Локус контроля фиксирует связь самооценки с реакцией на негативное событие, Временная стабильность фиксирует степень «зрелости» беспомощности, т.е. ее протяженность во времени. Измерение глобальности или генерализованности фиксирует широту экстраполяции беспомощности. Если негативное событие атрибутируется специфической причине, то последствия не столь разрушительны, если же негативное событие атрибутируется глобальной причине («потому, что я неудачник»), то беспомощность будет генерализована на большой круг ситуаций (т.е., отношений со многими людьми), что приведет к глобальной беспомощности.

Абрамсон с коллегами делают вывод о наличии индивидуальных различий в причинных объяснениях событий, проявляющихся в особенностях стиля атрибутирования. Такая стилистическая особенность, как интернальность, стабильность и глобальность атрибутирования негативных событий и выступает основанием депрессии. Как следствие, терапия такого рода расстройств предполагает изменение внутреннего, стабильного и глобального стиля атрибутирования на более внешний или экстернальный, менее стабильный и глобальный.

Преодоление наученной беспомощности. Поскольку, одним из основных факторов наученной беспомощности является формирование соответствующей атрибутивной схемы, демобилизующей индивида перед лицом «непреодолимого препятствия», то и преодоление наученной беспомощности становится возможным лишь в результате трансформации данной атрибутивной схемы, т.е. атрибутивного реструктурирования. Если субъект приписывает причинность неконтролируемых событий интернальным, стабильным и глобальным факторам происходит

генерализация беспомощности, появляется депрессия и снижается самоуважение. При отсутствии такого рода атрибутирования генерализация не наступает и беспомощность носит ограниченный временной и пространственный характер.

Преодоление наученной беспомощности, таким образом, становится возможным через атрибутивное реструктурирование интернальности, стабильности и глобальности причинности. К. Петерсон предлагает четыре возможные стратегии такого рода реструктурирования:

1. Обогащение окружения. Суть этой стратегии сводится к тому, что ожидание неотвратимых негативных последствий может быть изменено по средством изменения окружения, в котором живет человек. Если соци альное окружение примет участие в оказании помощи, то депрессия мо жет быть быстро преодолена.

2. Обучение личностному контролю. В данном случае предполагается из-менение отношения к событиям как не контролируемым на контроли руемые.

3. Научение смирению. В этом случае при невозможности радикального преодоления неотвратимости негативных последствий имеет место нау-чение человека столкновению с ними с наименьшими издержками.

4. Атрибутивная терапия

Атрибутивная терапия – изменение структуры представлений клиента о причинных основаниях его проблемной ситуации.

Задача психолога: замена ложного атрибутирования на более адекватное.

Существуют различные техники и подходы к атрибутивной терапии:

1) терапия ложного стиля атрибутирования предполагает ложные убеждения клиента в том, что в основе его эмоционального негативного состояния лежат причины, отличные от тех, которые он приписывает.

2) *терапия общего стиля атрибутирования* предполагает научение субъекта пересмотру типичного стиля атрибутирования путем нахождения внутренних оснований для более успешных действий.

Сложности, связанные с изменением стиля атрибуции:

– человек часто отрицает наличие у него данного стиля атрибуции;

– доказательство верности его стиля;

– недоверие к возможностям и позитивным последствиям изменения стиля атрибуции.

Этапы переатрибутирования:

1. диагностика самооценки, депрессивности и особенностей стиля атрибутирования;
2. обсуждение возможностей выработки адекватного стиля атрибутирования;
3. демонстрация деструктивных последствий наличного стиля артибутивности;
4. формирование более адекватного стиля.

Отмечается ряд сложностей, связанных с изменением стиля атрибутирования:

– клиент часто отрицает наличие у него данного стиля

атрибутирования;

– доказательство клиентом верности его стиля атрибутирования;

– недоверие к возможностям и позитивным последствиям изменения стиля атрибутирования;

– противодействие изменению стиля атрибутирования в силу его возможной критической оценки значимыми другими.

Во многом процесс атрибутивного реструктурирования направлен на повышение ожидаемой эффективности (А.Бандура). А. Бандура отмечает, что обучение технике самоанализа позволяет клиенту существенно ускорить процесс самоизменения и повысить его продуктивность. По его мнению, этот процесс опосредствуется рядом подпроцессов:

– оценкой клиентом предлагаемого поведения как соответствующего или не соответствующего личностным стандартам;

– возможность осуществления референтного сравнения – сравнения предлагаемого поведения с образцами поведения, предлагаемыми референт ной группой;

– субъективной значимости, ценности предлагаемых изменений для самого клиента;

– особенностей индивидуального восприятия детерминант поведения.

В качестве определяющих эффективность самоизменений А.Бандура называет три когнитивных процесса: личностные стандарты, стандарты референтного сравнения и ценность или значимость предстоящего изменения.

Когнитивно-бихевиориальная терапия. Единственной целью бихевиориальной терапии (часто называемой модификацией поведения**)** является изменение поведения. Но, как уже говорилось, многие проблемы поведения вызваны когнитивными стилями, в которых преобладает негативное мышление. В таких случаях усилия, направленные на непосредственное изменение поведения, могут сами по себе не дать желаемого результата. В этом случае к ним необходимо добавить еще и терапию, назначение которой изменение ложного атрибутирования на более адекватное. Такой комплексный подход называется когнитивно-бихевиориальной терапией. Особенно эффективна она для лечения депрессии. С ее помощью наступление на депрессию ведется сразу на двух фронтах – когнитивном и поведенческом.

На когнитивном направлении психотерапевт указывает пациенту на его негативное мышление и самообвиняющие атрибуции и доказывает, что такой негативизм не имеет под собой оснований. Психотерапевт представляет в ином свете негативные события, описанные в дневнике клиента, – он доказывает, что причиной негативных результатов являются не личные, диспозиционные недостатки клиента, а ситуационные факторы. В сущности, психотерапевт выдвигает сильные убеждающие аргументы, предназначенные для изменения представлений клиента о мире.

На поведенческом направлении клиенту даются задания проявить активность, выйти из дома и сделать что-либо позитивное. Но сначала их учат, как тщательно спланировать свои действия, чтобы они были успешными. По сравнению с нынешней пассивностью клиента почти каждый результат этих

действий будет считаться позитивным. Таким образом, будет подготовлена почва для воздействия самоатрибуции. Из своих успешных действий клиент должен сделать вывод, что на самом деле он способен действовать эффективно и управлять происходящими с ним событиями.

Психотерапевт полностью использует потенциал самоатрибуции, приводя как можно больше примеров успешного поведения клиента.

Депрессия – не единственная психологическая проблема, с которой можно справиться с помощью изменения стиля атрибуции. Краткосрочные варианты когнитивно-бихевиориальной терапии, которые часто называют атрибуционной терапией, используются при психологическом консультировании различных типов. Например, для несчастливых супружеских пар или регулярно встречающихся партнеров характерна «негативная атрибуционная тенденциозность» по отношению к своему партнеру. Супруги или партнеры объясняют положительные поступки своего партнера ситуационными причинами или рассматривают их как одноразовые действия со скрытыми мотивами (т.е. причинами, которые почти не поддаются контролю). Причиной негативных поступков считают личные качества партнеров.

Тема 7 Поведение личности и установка.

1. Социальная установка (аттитюд): определения и концептуальные особенности

2. Влияние установок на поведение и опосредующие факторы

3. Влияние поведения на установки личности и его теоретические обоснования

4.***Изменение аттитюдов. Убеждение и его социально-психологическая характеристика***

5. Социальные предубеждения как вид социальной установки

1. Социальная установка (аттитюд): определения и концептуальные особенности

В западной СП для обозначения социальных установок используется термин «аттитюд», который переводится либо как «социальная установка», либо употребляется как калька с английского (без перевода) «аттитюд». Эту оговорку необходимо сделать, потому что для термина «установка» в общей психологии, в том смысле, который ему придавался в школе Д.Н. Узнадзе, существует другое обозначение в английском языке « set».

Будучи родственными, установка и аттитюд отнюдь не аналогичные понятия. Если при изучении аттитюда главное внимание уделяется его функциям в социальных отношениях и социальном поведении людей, то установка исследуется в общей психологии прежде всего с точки зрения ее роли и места в структуре психики. Аттитюд чаще всего рассматривается как явление сознания, выражаемое в языке, в вербальном поведении, а установка, как показано в работах Д.Н. Узнадзе, имеет неосознанный характер.

Впервые термин «социальная установка» был введен в СП в 1918 г. У. Томасом и Ф. Знанецким для того, чтобы описать разницу в повседневном

поведении между фермерами Польши и США (выходит в свет их пятитомное исследование «Польские крестьяне в Европе и Америке»). Аттитюд определялся авторами как «психологическое переживание индивидом ценности, значения и смысла социального объекта» или как «состояние сознания индивида относительно некоторой социальной ценности».

В 1935 г. Г. Олпорт написал обзорную статью по проблеме исследования аттитюда, в которой насчитал 17 дефиниций этого понятия. Из них он выделил те черты аттитюда, которые отмечались всеми исследователями, и предложил свой вариант определения, который и до сегодняшнего дня считается общепринятым (по мнению Г.М. Андреевой): «Установка есть состояние психонервной готовности, сложившееся на основе опыта и оказывающее направляющее и динамическое влияние на реакцию индивида относительно всех объектов и ситуаций, с которыми он связан». Таким образом, была подчеркнута зависимость аттитюда от опыта и его важная регулятивная роль в поведении.

Современные американские социальные психологи предлагают менее мудреные, последовательные, легче поддающиеся операционализации, проще говоря, более практичные концепции установки**.** Тем не менее и среди них нет единого взгляда на сущность установки.

В настоящее время можно выделить **2** различных подхода к определению социальных установок.

Первый, что установка – комбинация трех концептуально различимых реакций на определенный объект**.** Впервые трехкомпонентную модель структуры установки в 1947 году предложил М.Смитт. Он выделил в ней

– когнитивный компонент – осознание объекта социальной установки – включает мнения и убеждения, которых мы придерживаемся относительно тех или иных предметов и людей;

– аффективный компонент – эмоциональная оценка объекта, ситуации, положительные или отрицательные эмоции, связанные с этими убеждениями (к ним относятся такие эмоции, как любовь и ненависть, симпатия и антипатия);

– поведенческий (конативный) компонент –последовательное поведение по отношению к объекту – реакция человека, соответствующая его убеждениям и переживаниям.

Этого подхода придерживаются Розенберг и Ховлэнд, 1960; Д.Катц, 1960; Игли и Чейкен, 1993; Д. Майерс, 1997; а среди российских – практически все авторы, пишущие об установках. Сегодня эту точку зрения на аттитюд разделяют не все. Некоторые современные теоретики ставят под сомнение трехчленную схему.

Второй тип определения рассматриваемого понятия отвергает идею трехкомпонентной модели установок и выделяет только одну компоненту установки: *аффективную*. Тенденция рассматривать аттитюд как аффективное по природе образование проявилась и в подходе к построению процедур измерения аттитюдов (шкалы Терстоуна, Лайкерта). Вслед за Терстоуном для многих исследователей (прежде всего американских) на операциональном

уровне аффект и аттитюд стали синонимами, потому что оценочные суждения измерить легче, например, семантическим дифференциалом.

Другие сторонники этой модели (Фишбейн и Айзен, 1975) так же показали, что структура установок может быть представлена простыми аффективными реакциями. Они отличают концепцию установки от концепции убеждения, с одной стороны, и от поведенческого намерения или явного действия – с другой.

Аттитюд – это особый тип убеждения, которое отражает оценочные свойства объекта. Аттитюд- это сложившаяся оценка – хорошая или плохая – объекта (Э. Аронсон).

Аттитюд – это ценностная диспозиция по отношению к тому или иному объекту. Это оценка чего-либо или кого-либо по шкалам «приятно -неприятно», «полезно - вредно», «хорошо- плохо» (Ф.Зимбардо).

И та, и другая модели имеют своих сторонников и противников и проходили эмпирическое подтверждение.

Функции аттитюда.

Вопрос о мотивационных корнях установки был поставлен в работах Смита, Брунера и Уайта (1956), Катца (1967), Мак-Гуайра (1969), в которых авторы представили свои функциональные теории установки.

Общим теоретическим основанием функционального подхода служит феноменологическое понимание человеческой психики. Основной принцип феноменолизма – каждый человек по – своему, индивидуально воспринимает и переживает как внешние по отношению к нему, так и внутренние процессы. Применительно к установкам это означает, что у разных людей формируются различные потребности и, следовательно, их установки тоже различаются. Функциональные теории утверждают, что люди имеют такие установки, которые выражают их потребности и способствуют удовлетворению этих потребностей. Когда потребность удовлетворена, надобность в старой установке отпадает. Новые потребности ведут к формированию новых установок, изменение потребностей приводит к изменению установок.

Несмотря на различие, все функции установок можно сгруппировать по видам или блокам. Впервые такую классификацию осуществил Д.Кац (1967) и выделил пять основных функций установок, которые соответствуют, по его мнению, основным потребностям личности.

Функция эго защиты. Работа Д. Катца начинается с психоаналитической истории вопроса, в которой для того, чтобы описать эту функцию установки, используются концепции таких защитных механизмов, как рационализация или проекция. Установки в этой функции способствуют разрешению внутренних конфликтов личности. Человек прибегает к механизмам эго-защиты для регулирования самооценки. Как легче всего поднять самооценку? За счет унижения или принижения других людей. Таким образом, потребность в повышении СО приводит к формированию соответствующих установок – ксенофобии, расизма, сексизма, национализма, классовой ненависти. Страх, зависть, чувство своей ничтожности вызывают к жизни установку стремления к

власти, богатству, порождают высокомерие, пренебрежение, чванство (начальственное, национальное, социальное).

Как правило, люди используют не один, а сразу множество механизмов Эго-защит. Рационализация идет бок о бок с проекцией (это не я, а это он такой, первый). Проекция сопровождается отрицанием. Установки могут, например, защищать кого-то от негативных чувств по отношению к себе или по отношению к собственной социальной группе через проекции этих чувств на других людей, например, как членов национальных меньшинств.

Ценностно-экспрессивная функция и функция самореализации. Установки, выражающие ценности человека, обычно удовлетворяют его потребность в самопрезентации (в управлении впечатлениями И.Гофман). Д. Катц признавал, что людям необходимо выражать установки, которые отражают их основные ценности и составляют их представления о себе. Образ и стиль жизни, манера одевать, тип прически, обладание теми или иными вещами, высказываемые мнения, взгляды, поведение – всем этим человек выражает свое Я.

Инструментальная (адаптивная или утилитарная) функция. Установки направляют субъекта к тем объектам, которые служат достижению его целей. Установки помогают людям добиваться желаемых целей, таких, как награда, или избегание нежелательных результатов, таких, как наказание. Поэтому считается, что люди выражают (приобретают) положительные установки по отношению к тем объектам установки, которые удовлетворяют их желаниям (к полезным для себя стимулам, ситуациям), а негативные установки – по отношению к объектам, которые ассоциируются с фрустрацией или с негативным подкреплением.

Функции познания (или экономии). Установки также служат функциям, которые организуют или структурируют окружающий хаотичный мир. Установки помогают нам распределять по категориям входящую информацию по установленной шкале ценностей, а это позволяет нам упростить и понять сложный мир, в котором мы живем. Они упорядочивают картину мира в нашем сознании. Не имея готовых когнитивных схем, в том числе и установок, мы вообще вряд ли смогли бы жить, т.к. все происходящее представлялось бы нам сплошным хаосом. Таким образом, установки помогают нам организовать мир, используя принцип экономии мышления, избегая опасностей информационных, когнитивных перегрузок.

Социально-регулятивная функция. Взаимодействуя с другими людьми, мы вольно или невольно составляем о них свое представление, иначе говоря, формируем в их отношении установки. Одни люди нам нравятся, другие – нет. Наши установки в отношении окружающих помогают или препятствуют нашим социальным отношениям.

Интересные подходы к анализу функций аттитюдов в социальной общности намечены в работе М.Смита, Д.Брунера и Р. Уайта (1956). Основной постулат их работы состоит в том, что индивид выражает то, или иное мнение лишь потому, что оно служит либо средством сохранения отношений с другими людьми, либо как орудие их разрыва. Иными словами, мнение, отражающее

установку, может выполнять 2 функции: идентификации с группой или противопоставления себя группе.

Следует подчеркнуть, что аттитюды не узко специализированны, а полифункциональны, т.е. выполняют не одну, а несколько функций и, соответственно, удовлетворяют одновременно несколько потребностей.

2. Влияние установок на поведение и опосредующие факторы

Одним из наиболее часто описываемых классических исследований на тему связи между аттитюдом и поведением стало исследование, проведенное Р. Лапьером. В начале 30-х годов 20 столетия Лапьер путешествовал с китайской супружеской парой по США. (В ту пору в США существовало неприкрытое и агрессивное предубеждение против «цветных»: американцев африканского, азиатского и ипаноязычного происхождения). В начале этого путешествия сам Р. Лапьер был достаточно скептически настроен по отношению к тому, будут ли все трое путешественников допущены в отели и рестораны. Однако, к его удивлению, ему и китайской паре было отказано в обслуживании только в одной из более ста ситуаций. Шесть месяцев спустя Лапьер написал письма во все отели и рестораны, которые он посетил с вопросом о том, допускаются ли у них представители китайской расы в качестве гостей на законном основании. В полном соответствии с названным предрассудком, но в противоположность своему истинному поведению, 92% опрошенных отелей и ресторанов ответили крайне отрицательно. Таким образом, аттитюды владельцев ресторанов не соответствовали их реальному поведению по отношению к китайцам.

Новый удар предполагаемой власти установок был нанесен в 1969 году, когда социальный психолог Алан Уикер опубликовал результаты нескольких десятков научных исследований, охвативших широкий спектр установок и поведения разных людей и сделал потрясающий вывод: едва ли по установкам, о которых говорят люди, можно предсказать вариации их поведения. «Декларируемые установки скорее не связаны или мало связаны с невербальным поведением», – заявил он. Затем А.Кислер, сопоставив данные о соответствии или несоответствии установок поведению, сделал вывод о том, что данное соответствие получено в условиях лабораторного эксперимента, а данные о несоответствии – в реальной жизни.

Эта пессимистическая точка зрения, однако, не подкреплялась исследованиями установочно-поведенческих связей, проведенных Фишбейном и Айзеном, Ньтоном и др. Поэтому многие авторы в конце 1960-х начали формулировать другие вопросы: «При каких условиях коррелируют установки и поведение?», «Какие факторы определяют степень корреляции», и «Каким образом установки влияют на поведение?» И был предложен ряд теорий, объясняющих рассогласование аттитюдов и поведения.

Объяснение первое. В повседневной жизни люди иногда выражают установки, которых сами не придерживаются, дают социально желаемые ответы.

Второе объяснение. Как отмечает А. Уикер, проблема состоит не в том, что люди не всегда делают, что говорят. Реальный вопрос в том, являются ли вербальные и поведенческие ответы выражениями одного и того же аттитюда? Он считает, что на пути от вербально выражаемых компонентов аттитюда к поведению вступают помехи, «препятствующие факторы». Этими препятствующими факторами могут быть другие аттитюды, которые тоже соотносятся с этой ситуацией, но обладают по сравнению с вербальными большей силой, в большей степени определяют поведение. Например, в казусе Лапьера таким конкурирующей с расистским аттитюдом (не пускать китайцев) могла быть установка, которая коренится в навыках профессиональной деятельности владельцев отелей и ресторанов на оптимальное обслуживание клиентов.

М.Рокич также подчеркивал, что поведение определяется не только аттитюдом **на** объект (например, расистской антикитайской установкой), но аттитюдом к ситуации (в гостиницу вошли гости и просят номер).

Л.Линн ввел в механизм функционирования аттитюда такой параметр как «социальная вовлеченность», которая является сдерживающим поведение фактором.

Факторы соответствия установочных и поведенческих показателей

Рассел Фазио установил, что одним из главных факторов, увеличивающих вероятность того, что мы будем действовать, опираясь на аттитюд, является его доступность. *Легкодоступный аттитюд* – это такой, в котором оценка объекта возникает в голове сразу же, почти мгновенно, стоит только нам с ним встретиться (змея, бандит). Однако не все аттитюды таковы. Иногда у нас и нет реального аттитюда, т.е. наша память не хранит никакой оценки данного объекта. В этом случае малодоступные аттитюды не будут реально направлять наше поведение.

В работе Айзена и Фишбейна отмечается, что как установки, так и поведение можно охарактеризовать четырьмя различными элементами:

1. Действие. Определяет, какой вид поведения осуществляется, например, поведение голосующего; поведение помогающего кому-то или покупающего что-то.

2. Объект. Определяет, на какой объект направлено поведение: например, на определенного политического кандидата, близкого друга или новое изделие.

3. Контекст. Определяет, в каком контексте осуществляется поведение: например, в тоталитарной или демократической политической системе, публично, или конфиденциально, с полным или пустым бумажником.

4. Компоненты времени. Определяет, в какое время осуществляется поведение: например, немедленно, или в течение следующих 2-х лет.

Многие исследования не смогли гарантировать близкого соответствия между конкретизацией измерений установки и поведения по этим элементам. Согласно Айзену и Фишбейну тесную взаимосвязь между установкой и поведением можно обнаружить, только когда оба показателя (поведение и установка) согласованы по степени их конкретности, т.е. когда

оба показателя соответствуют друг другу в высокой степени. Таким образом, если установка является общей («нужно вести здоровый образ жизни», «я не люблю китайцев»), а поведение специфическим (например, бегать трусцой или стать вегетарианцем; или принимать – не принимать китайскую пару), нельзя ожидать точного совпадения слов и поступков. Установка предсказывает поведение, если она в *точности соответствует изучаемому поведению.*

Исследования показывают, что установка лучше определяет поведение, когда она является *сильной*. Рассел Фацио и Марк Занна (1981) провели множество экспериментов по изучению влияния прямого опыта на установочно-поведенческую связь и выявили, что если установки являются результатом опыта, они становятся более сильными, стабильными, а люди сильнее поддаются им (скорее всего, будут закреплены и начнут определять поведение).

Таким образом, аттитюды определяют наше поведение, если:

– они легкодоступны;

– другие влияния уменьшены;

– установка соответствует действию;

– установка сильна, если она результат непосредственного опыта.

3. Влияние поведения на установки личности и его теоретические обоснования

Теория когнитивного диссонанса ***(****мотивированного самооправдания****).***

Л. Фестингер одним из первы**х** высказал неожиданную для многих психологов мысль, что не только установки влияют на поведение, но и поведение, в свою очередь, влияет на установки. И даже более того, воздействие поведения на установочную систему настолько сильно, что способно радикально изменить ее.

Л. Фестингер считал, что люди испытывают дискомфорт от любой непоследовательности – даже противоречия, которые существуют только внутри собственной когнитивной системы индивидуума вызывают душевное беспокойство. Для обозначения внутренних противоречий, которые возникают в сознании человека между различными когнитивными элементами, Фестингер ввел понятие «когнитивный диссонанс». Как утверждает теория диссонанса, что-то обязательно должно измениться, потому что когнитивные противоречия вызывают дискомфорт, и у людей возникает естественное желание (мотивация) избавиться от него, т. е. уменьшить диссонанс. Когда поведение нельзя изменить, а уже произведенное действие — отменить, можно попытаться изменить одно или несколько противоречащих ему (диссонирующих) мнений или установок**;** например, курильщик мог бы решить: «Я не верю в то, что курение способно вызывать рак». Можно также увеличить количество консонансных когниций: «Курение помогает мне похудеть». Таким образом**,** одним из способов уменьшения диссонанса является изменение установок, позволяющих ему считать свое нынешнее или прошлое поведение последовательным, разумным и оправданным.

Условия, необходимые для возникновения диссонанса. Купер и Фазио пришли к выводу, что возникновение диссонанса связано с тремя важными факторами.

1. Для возникновения когнитивного диссонанса необходима воспринимаемая *свобода выбора*.

2. Последствия действий или поведения индивида должны быть неприятными или неприемлемыми для него самого, т.е. человек должен совершить что-то такое, что заставило бы его переживать, мучиться, стыдиться, досадовать и т. д. Диссонанс появляется тогда, когда человек ощущает свою ответственность за результаты, не согласующиеся с его образом «Я», когда из этих результатов следует, что этот человек «плохой» или что ценности, которые он исповедует, и ценности, которых он придерживается на деле, –это далеко не одно и то же.

Усугубляющим обстоятельством здесь служит публичность совершенного поступка. Причинами этого служат три фактора.

Во-первых, публичное поведение может способствовать срабатыванию эвристики чувства долга. Если поведение имело место при свидетелях, -то появляется мотивация привести установки в соответствие с поведением. Источников у такой мотивации две: возникший когнитивный диссонанс и эвристика чувства долга, которые оказывают сильное двойное влияние.

Во-вторых, если поведение публично, то его непоследовательность сильнее противоречит Я-концепции человека. Мало того, что это поведение может иметь последствия, нежелательные лично для человека, – оно также означает, что человек готов выглядеть в глазах других беспринципным или нерешительным, если его установки не изменятся так, чтобы соответствовать поведению.

В-третьих, некоторые теоретики считают, что забота о том, какое впечатление производит наша непоследовательность (на других и на нас самих), может быть более мощным фактором влияния на установки, чем сама эта непоследовательность (Розенфельд, 1981).

3.Третьим фактором, необходимым для возникновения диссонанса является признание человеком собственной ответственности за нежелательные последствия своего поведения. Диссонанс возникает, когда человек объясняет свои поступки личными, диспозиционными причинами, а не прибегает к ситуационной атрибуции.

Эффект недостаточного оправдания – уменьшение диссонанса путем внутреннего оправдания своего поведения, когда внешние оправдания недостаточны. Чем слабее побудительные факторы, тем сильнее изменяются установки.

Фестингер и Карлсмит продемонстрировали принцип «меньше — значит больше» в одном из своих классических экспериментов. Студенты колледжа в течение целого часа выполняли скучные, монотонные задания. Они складывали катушки на поднос, потом высыпали их и начинали все сначала; еще они поочередно поворачивали квадратные фишки каждый раз на четверть оборота, — в то время как экспериментатор якобы наблюдал за их работой. Мягко выра-

жаясь, скучное занятие. Позднее экспериментатор предложил некоторым испытуемым по 1 доллару за то, чтобы они сообщили (в интересах научных исследований) следующим испытуемым, что экспериментальные задания интересны, а их выполнение доставляет удовольствие. Другим испытуемым за такую же ложь было предложено по 20 долларов. Несмотря на разницу в размере вознаграждения, почти все испытуемые согласились солгать, т. е. совершить поступок, противоречащий их установкам. Хотя доли согласившихся (среди студентов, получивших по 1 и по 20 долларов) были примерно одинаковыми, последствия этой лжи в смысле ее влияния на установки оказались различными. Солгавшие испытуемые затем проходили индивидуальное интервью, которое с ними проводил человек, по их мнению, не имевший отношения к эксперименту. Интервьюер просил их оценить, насколько им самим понравилось выполнять экспериментальные задания. Испытуемые, которым заплатили по 20 долларов, оценивали задания как относительно неинтересные. Их оценки были весьма близки к оценкам испытуемых из контрольной группы, которые просто выполняли задания, а потом оценивали свое отношение к ним. Те, кто получил только по 1 доллару, наоборот, выражали более позитивное отношение: они оценивали задания как доставляющие удовольствие. Похоже, что студенты, получившие по 20 долларов, испытывали слабый диссонанс. Полученное ими вознаграждение в размере 20 долларов служило оправданием лжи — тем более, что это была незначительная ложь, санкционированная авторитетным лицом (исследователем). Один доллар, впрочем, труднее считать достаточной платой за то, чтобы обмануть своего брата-студента. Поэтому испытуемые, получившие по 1 доллару, испытывали диссонанс, для избавления от которого они изменяли свои установки так, чтобы они не противоречили их неблаговидному поступку.

Кроме того, у испытуемых возникала иллюзия выбора. Поскольку один доллар – сумма пустяковая, у испытуемых создавалось крайне важное в смысле оказываемого им влияния впечатление, что они якобы сами решили сообщить ложную информацию другим испытуемым. На самом же деле все они находились во власти искусственно созданной исследователями «иллюзии выбора»: экспериментаторы взяли на вооружение то, что люди не замечают трудно уловимых ситуативных факторов. Истинные причины поведения испытуемых заключаются в том, что в эксперименте присутствовали мощные ситуативные «ловушки», — настолько сильные, что солгать согласились 90 % испытуемых, которым предложили по одному доллару. Авторитетный человек (экспериментатор) вежливо, но настойчиво и аргументировано просил оказать ему услугу: обмануть следующего испытуемого во благо науки. Давление, вынудившее испытуемых согласиться, настолько трудноуловимо, что в отсутствие очевидного стимула (к примеру, 20 долларов вознаграждения) испытуемым показалось, что они приняли решение свободно, не испытывая никакого давления. При манипуляциях с целью получения согласия, как правило, в ход идут выражения, в которых педалируется тема свободы выбора: «если вы не хотите, можете этого не делать», «решайте сами, хотя было бы

хорошо, если бы вы согласились» и т. д.

Результат описанного эксперимента (формулируемый просто: «чем слабее побудительные факторы, тем сильнее изменяются установки») с тех пор многократно подтверждался и другими исследованиями, которые получили название «исследования вынужденного согласия», поскольку их цель – склонить людей к поступкам, противоречащим имеющимся у них установкам, используя при этом лишь необходимый минимум побудительных факторов.

Проустановочное поведение и изменение установки. *Теория самовосприятия Д.Бема.* Диссонансная интерпретация изменений установки вскоре была подвергнута сомнению теорией самовосприятия Д. Бема. Результаты, полученные в исследованиях в рамках теории когнитивного диссонанса, были поразительными тем, что они противоречили базовому постулату бихевиоризма. Ведь принцип подкрепления гласит: чем больше вознаграждение, тем вероятнее и радикальнее меняются поведение и установки. Поэтому неудивительно, что Дэрил Бем (1967), психолог как раз бихевиористской ориентации, предложил для объяснения результатов описанных экспериментов альтернативную теории диссонанса теорию самовосприятия.

Бихевиоризм, как и глубинная психология, отрицает доминирование сознания в человеческом поведении. Дэрил Бем, выступая с необихевиористских позиций, утверждает, что люди имеют весьма смутное представление о том, кто они такие и почему совершают те или иные действия. Поэтому установки не могут влиять на их поведение, не могут выступать причинами поведения. Связь здесь скорее обратная: поведение, став предметом собственного наблюдения и рассуждения человека, выявляет установку. Таким образом, о своих установках, предпочтениях, симпатиях или антипатиях, вообще о своих личных диспозициях люди узнают не до того, как что-то сделают, а уже после того, как они это «что-то» совершили и проанализировали, с одной стороны, свое поведение, а с другой — те условия, в которых это поведение осуществлялось.

Теория самовосприятия объясняет выводы Фестингера и Карлсмита без обращения к дисгармонирующим когнициям. Бем утверждал, что участники эксперимента не переживали диссонанса, они просто изучали свое поведение и уясняли собственные установки. Так, когда испытуемых в эксперименте с поворачиванием дверных ручек просили определить их установки по отношению к заданию, они вспоминали, что говорили другому, что задание было интересным. Испытуемые использовали это знание как информацию о своих установках в отношении задания.

Испытуемые, которым заплатили по 1 доллару, заключали, исходя из того, что они говорили другому субъекту, что задание было интересным, т.к., какая другая причина могла заставить его сделать подобное заявление? Испытуемые, которым заплатили 20 долларов, приписывают свое поведение деньгам, приписывают свое поведение деньгам, поэтому менее благосклонно относятся к этому заданию, чем первые.

Эффект сверхоправдания. Суть его в том, что люди объясняют свое и

чужое поведение теми условиями, в которых оно осуществляется. Теория самовосприятия исходит из повседневных представлений и утверждает, что если вознаграждать людей за то, что и без того приносит им удовольствие, то постепенно они перестанут это удовольствие испытывать. Таким образом, вознаграждая людей за действия, приносящие им удовлетворение, вы тем самым можете заставить их объяснять свое поведение оплатой, а не полученным удовольствием.

Теоретическая тяжба между двумя теориями тянулась до тех пор, пока, наконец, Р. Фазио, М. Занна и Куппер, то есть третья сторона, не заявили, что правы обе стороны. Внимательное изучение результатов исследования, полученных сторонниками как одной, так и другой теории, показало, что теория самовосприятия лучше подходит для объяснения ординарных ситуаций, где поведение незначительно расходится с установкой, в то время как с помощью теории диссонанса легче объяснять ситуации, где поведение людей существенно отличается от их установок.

Теория управления впечатлением (самопрезентации).

Еще одна теория, объясняющая, почему поступки влияют на установки – теория управления впечатлением (самопрезентации) Дж. Тедеши. Самопрезентация – процесс, посредством которого при взаимодействии с другими люди стараются создать желаемый образ себя. Тем самым теория когнитивного диссонанса подвергается критике по поводу процесса, опосредующего изменение установки.

Сторонники теории полагают, что люди стараются сформировать непротиворечивый образ себя в глазах других. То есть, как и в теории диссонанса, признается наличие стремления к согласованности, однако, оно приписывается объяснению своей установки экспериментатору (публичный уровень коммуникации), а не внутренним обоснованиям собственных когниций (приватный уровень). Другими словами, испытуемые «подгоняют» установку к не соответствующему ей собственному поведению, а вовсе не меняют ее «в действительности». Согласно логике теории *самопрезентации*, изменений в установке не будет обнаружено, если (1) установка оценивается анонимно и респонденты уверены, что их ответы не будут ассоциироваться с ними лично, или (2) испытуемые верят, что экспериментатор может отследить их «истинную установку» и не прибегают к ее «подгонке».

Результаты экспериментальных проверок справедливости теории управления впечатлением неоднозначны. Ученые предполагают, что аргументы в пользу теорий когнитивного диссонанса и теории управления впечатлением скорее дополняют друг друга, нежели обнаруживают противоречия. Самопрезентация и стремление к согласованности своих знаний могут влиять на изменение установки в различной степени, в зависимости от особенностей ситуации.

5. Изменение аттитюдов. Убеждение и его социально-психологическая характеристика.

К сегодняшнему дню психологами создано множество теорий, в которых объясняются процессы формирования и изменения установок.

Модель последовательных стадий К. Ховланда. Впервые за решение этой задачи взялась возглавляемая К. Ховландом исследовательская группа, созданная в 40-х годах XX века при Йельском университете. Эта группа работала над проектом, получившим название «Программа исследования коммуникаций», а теоретическим фундаментом ее деятельности стала бихевиористская парадигма, то есть теория научения и принцип подкрепления. Свое название модель получила потому, что включает в себя ряд обязательных этапов, следующих один за другим, из которых складывается процесс убеждения. Отсутствие любой из стадий, то есть прерывание последовательности, делает процесс убеждения попросту бессмысленным.

1. Первым необходимым условием и этапом в названной модели является *внимание.* Следовательно, искусство убеждения начинается с умения привлечь внимание. Если сообщение не привлекло внимания, процесс убеждения, то есть формирования или изменения установки, не состоится.

2. Второе условие, или этап — *понимание.* Мало чтобы сообщение (речь, плакат, рекламный ролик и т. д.) было ярким и привлекательным, оно должно быть еще и понятным.

3. Третье условие и, соответственно, стадия обсуждаемой модели — *согласие с сообщением,* без чего невозможно ни формирование, ни изменение установок. Побудить человека согласиться с убеждающим сообщением, исходя из ключевого положения теории научения, на которой основывается модель К. Ховланда, должно подкрепление: убедительно обоснованные угрозы, запугивания или обещание вознаграждения лучше всего, по мнению авторов модели последовательных стадий, мотивируют людей согласиться с агентом влияния. Йельская трехстадийная модель процесса убеждения послужила исходным образцом, на который впоследствии стали ориентироваться другие исследователи.

Модель процесса убеждения Уильяма Мак-Гуайра. Сохранив саму идею последовательных стадий процесса создания или изменения установок, Уильям Мак-Гуайр создал более детализированную модель, описывающую уже пять этапов: 1) внимание, 2) понимание, 3) согласие, 4) сохранение, 5) поведение. Т.е. уточнения**,** предложенные Мак-Гуайром, касаются завершения процесса убеждения. В данном варианте подчеркивается, что помимо согласия для формирования и изменения установки необходимо также *сохранение или удержание новой информации*. Разумеется, это возможно лишь в том случае, когда предмет установки сохраняет свою значимость для человека. Кроме того, Мак-Гуайр выделяет еще одну стадию – *поведение*, так как именно оно может служить показателем того, что установка возникла и сформировалась. Именно благодаря поведению установки могут закрепляться и сохранять свою актуальность.

В дальнейшем Мак-Гуайр внес новые уточнения в модель, и в процессе убеждения выделял уже двенадцать стадий. Столь дробная детализация стала возможной благодаря развитию когнитивной психологии. Начиная с 60-70-х

годов, когнитивные подходы начинают доминировать в исследовании установок. Поэтому современные теории описывают формирование установок как одну из разновидностей когнитивных процессов, в которых рассматриваются стадии сохранения, развития представлений, уточнения, складирования в памяти, активизации представлений (прайминга**)** и т. д. в ходе процесса убеждения и переубеждения.

Теория социальных суждений (ТСС) М. Шерифа и К. Ховланда.

Авторы исходят из того, что люди осознают, во-первых, наличие у себя определенных убеждений и установок, а во-вторых, точно знают, какие они, что собой представляют. Поэтому человек строго контролирует имеющиеся у него установки, сам определяя и решая, какие изменения в них можно допустить, а какие нет.

В основе теории М. Шерифа лежат два понятия: эффект ассимиляции и эффект контраста. Первый (эффект ассимиляции) возникает в том случае, если убеждающая информация близка по смыслу к имеющейся у человека установке. В этом случае новая информация будет восприниматься как полностью идентичная установке. Иначе говоря, сообщение будет человеком ассимилировано, то есть он не заметит имеющихся различий между его установкой и сообщением.

Второй же принцип — принцип контраста — состоит в том, что информация, хоть в чем-то отличающаяся от имеющейся установки, будет воспринята индивидом преувеличенно отличающейся, более того, как целиком противоречащая его установке**,** хотя в реальности эти различия могут быть и незначительными.

Для объяснения того, как формируется решение о принятии или отвержении информации, Шериф вводит еще три понятия: сфера принятия, сфера отвержения, сфера неопределенности.По мнению Шерифа, установки являются не жесткими когнитивными конструкциями, а относительно подвижными установочными позициями, в которых имеются пробелы, размытости, неясности. Если человеку предложить ряд суждений по какой-либо интересующей его проблеме, то некоторые из них он наверняка сочтет соответствующими его установке. Это и будет сфера его принятия. Здесь он чувствует себя уверенно, и те суждения, которые не вызовут его возражений будут им ассимилированы. Но какие-то суждения человек воспримет как противоречащие взглядам. Они-то и попадут в сферу отвержения. Здесь индивид тоже чувствует себя уверенно, и суждения, воспринятые им и несхожие с его установками, будут им отброшены. И наконец, сферу неопределенности составит ряд тех суждений, в отношении которых у человека нет уверенности. В соответствии с теорией социальных суждений, изменение установки человека возможно лишь тогда, когда новая информация попадает либо в сферу принятия, либо в сферу неопределенности.

Двухпроцессные модели убеждения: модель уточнения вероятности и эвристически систематическая модель

Главная общая черта двух моделей – это представление о континууме переработки, а также идея о том, что умственное усилие зависит от мотивации и когнитивных возможностей индивида.

Модель параллельного процесса: убеждение и внушение (модель уточнения вероятности) Ричарда Петти и Джона Качоппо. Ученые обосновывают идею, что процесс убеждения включает два способа переработки информации – центральный и перефирийный. Они утверждают, что оба способа всегда идут бок о бок, то есть параллельно, отсюда и название их теории. Эти процессы можно также различать как прямой и косвенный, непосредственный и опосредованный методы убеждения.

Прямой путь убеждения (центральный) — процесс убеждения, при котором заинтересованная аудитория сосредоточивает свое внимание на благоприятных аргументах. При центральном канале убеждения реципиенты сосредотачивают внимание на аргументах, погружаются в соответствующие размышления, критически оценивают содержание сообщения. Установлено, что убеждение, осуществляемое прямым способом, более устойчиво и с большей вероятностью способно влиять на поведение.

Косвенный путь убеждения (периферический) – процесс убеждения, при котором на людей оказывают влияние случайные факторы, такие, например, как привлекательность говорящего. Периферийный процесс — это некритичный, бездумный способ восприятия информации. Да и само убеждающее построено таким образом, чтобы вызвать не раздумья, а эмоции. В этом случае люди начинают ориентироваться на внешние, поверхностные характеристики сообщения. Другими словами, их интересует не *что* говорится, а *кто* говорит, *как* говорит и т. д.

Р. Петти и Дж. Качоппо в своих исследованиях не ограничивались только дифференциацией, разделением двух принципов воздействия, идущих параллельно. Ими же создана модель, позволяющая, по мысли авторов, уточнять, какой из двух процессов— центральный или периферийный— будет иметь преимущественное влияние в каждом конкретном случае воздействия агента влияния на индивида. Поэтому их теория и получила название *модель уточнения вероятности.*

Использование основного (центрально) способа восприятия и обработки сообщений зависит от многих факторов.

1. Прежде всего, от значимости для человека той проблемы, которую затрагивает убеждающее сообщение: личная заинтересованность может побудить человека отнестись к информации со всей серьезностью, чтобы воспринимать ее рационально-взвешенно, вдумчиво.

2. Человек должен пребывать в спокойном ровном настроении, т.к. в приподнятом настроении люди склонны воспринимать информацию некритично, и напротив, плохое расположение духа побуждает человек к преувеличенной критичности и даже придирчивости.

3. Кроме мотивации у человека должна быть еще и возможность использования основного способа восприятия убеждающей информации, которая определяется совокупностью, по крайней мере, четырех факторов: знаниями, наличием времени, способностями и формой сообщения.

Эвристика-систематическая модель (Чейкен и Ингли.) Эвристико-систематическая модель (ЭСМ) также постулирует два режима переработки информации – *эвристический,* «сокращенный» и *систематической,* требующей умственного усилия. *Систематическая переработка* (аналогично центральной переработке) определяется как всесторонняя и аналитическая, когда индивид для формирования суждения оценивает и тщательно исследует всю потенциально релевантную информацию и обобщает все полезные сведения. *Эвристическая переработка* определяется шире и более специфично, чем периферический анализ в теории Пети и Качоппо. Она предполагает использование *эвристик,* то есть упрощенных, шаблонных способов рассуждений вроде: «Не могут же все ошибаться»; «Не станут же нас обманывать»; «Специалист знает лучше меня». Хотя предполагается, что эвристическая переработка пассивна и не требует усилий, для того чтобы она состоялась, необходим ключевой признак, запускающий эвристику (например, приятный или вызывающий доверие источник), который сигнализирует о возможности ее применения (если таковая эвристика содержится в памяти субъекта). Как правило, систематическая переработка требует определенной степени мотивации и уровня возможностей переработки; поэтому эвристики чаще срабатывают в их отсутствие. При повышении мотивации и росте возможностей переработки начинает осуществляться систематический анализ информации, но и эвристики продолжают при этом работать. Оба процесса совместно влияют на процесс убеждения, просто дополняя друг друга или приводя к некоторому комплексному эффекту.

Сопротивление убеждению: психологическое прививание.

Убеждающее воздействие не обязательно приводит к слепому повиновению. В отдельных случаях воздействие вызывает мощное противодействие. Это феномен был экспериментально подтвержден Кислером. Он обнаружил, что если люди в чем-то убеждены, то после атаки, в достаточной степени сильной, чтобы вызвать ответную реакцию, но все же не настолько, чтобы переубедить, они еще более укрепятся в собственном мнении. Кислер объясняет это следующим образом: «Атакуя убежденного в чем-то человека, вы провоцируете его на более экстремальное поведение, на защиту своих взглядов. В некотором смысле происходит эскалация его убежденности, поскольку при этом возрастает число его поступков, согласующихся с его же собственным мнением».

Вакцинация установки – слабая атака на установки людей, предпринимаемая для того, чтобы, когда атака будет значительно сильнее, они оказались в состоянии ее отразить.

Концепция психологического прививания У. Мак-Гуайра. Существует и вторая причина того, почему легкая атака может усилить сопротивление. Подобно прививке от болезни, слабая аргументация вызывает

контраргументацию, которая впоследствии может пригодиться на случай проведения более сильной атаки. Уильям Мак-Гуайр зафиксировал это в серии экспериментов. Его интересовало следующее: можем ли мы вакцинировать людей от пропаганды – точно так же, как мы вакцинируем их от вирусов? Существует ли такая вещь, как прививка социальной установки? Можно ли у тех, кто воспитывался в «стерильной идеологической среде», – у людей, приверженных неоспоримым догмам — стимулировать их социальную защиту? И будут ли малые дозы возражений против их убеждений вызывать у них иммунитет против последующей пропаганды? Именно этого Мак-Гуайру и удалось добиться. Для начала он отобрал несколько избитых истин, таких, как: «Полезно чистить зубы после еды», и сделал их объектами атак. Ему удалось продемонстрировать, насколько люди уязвимы перед лицом массированной авторитетной атаки (в приведенном примере предполагалось, что «ряд авторитетных экспертов обнаружили, что частая и тщательная чистка зубов очень вредна, так как это может повредить деснам»). Однако оказалось, что если испытуемые были уже подвергнуты «иммунизации» слабой атакой и если они читали об опровержении аргументов этой слабой атаки или даже сами писали об этом, то в дальнейшем они могли успешнее противостоять более сильной атаке.

Сопротивление влиянию обусловлено рядом социально-психологических факторов. В качестве одного из них многими исследователями называется *потребность в свободе.* Любое посягательство на свободу выбора вызывает реакцию бумеранга. Вероятность сопротивления возрастает:

1) по мере возрастания угрозы свободе;

2) по мере возрастания значимости для индивида информации и поведения;

3) при наличии устойчивых представлений об обладании неотъемлемым правом не свободу.

Вторым фактором выдвигается *потребность быть отличным от других*, в *сохранении собственной уникальности*.

Основополагающий принцип психологического прививания заключается в том, что *сопротивление индивида внешним воздействиям усиливается благодаря предварительному знакомству с возможными их негативными последствиями.*

Метод самозащиты Ранка. Основная идея Ранка заключается в констатации того факта, что обычно воздействующий использует две основные стратегии для достижения своих целей: преувеличивает некоторые аспекты пропагандируемой идеи или рекламируемого продукта при одновременном преуменьшении других. Воздействующий может использовать следующие стратегии:

1. Преувеличение собственных сильных сторон.
2. Преувеличение слабых сторон конкурента.
3. Преуменьшение собственных слабых сторон.

На тактическом уровне воздействующий может использовать повторение, ассоциации и композицию для преувеличения сильных сторон своего предложения. Он также может использовать недосказанность, отвлекающие маневры, запутывание

для преуменьшения слабых сторон своего предложения или сильных сторон конкурента.

Стратегии воздействия, как правило, являются пошаговыми, включая определенные тактические действия. Так в ситуации выборов кандидат стремится очернить своих конкурентов и преувеличить собственные отличия от них в лучшую сторону. В случае использования тактики повторения он постоянно будет «стучать себя в грудь», рассказывая о достоинствах. При ассоциировании он будет стремиться формировать ассоциации с авторитетными другими. Примером чего является постоянное апеллирование к поддержке президентом. В случае композиции, «причесывание» одной информации относительно другой. Используемые средства наглядной агитации направлены на создание позитивного образа самого себя и сопровождаются негативными картинками конкурента - показ криминального или коммунистического прошлого и т.п. В случае недосказанности имеет место не афиширование своего материального благополучия и порочащих связей. В случае использования отвлекающих маневров речь идет об отвлечении внимания от своей проблемности за счет преувеличения катастрофических последствий надвигающегося экономического кризиса с подчеркиванием, по возможности, того, что при его избрании катастрофических последствий можно будет избежать. Наконец при использовании запутывания многие кандидаты начинают использовать туманные фразы, включающие не понятные, но производящие на обывателя неизгладимое впечатление термины, например, дефолт, секвестр и т.п.

Ранк предлагает ряд советов для распознания используемых в убеждающем воздействии тактических приемов. В случае столкновения с пропагандистской скороговоркой мы должны сохранять холодность, отстраненность и скептицизм в отношении происходящего.

5. Социальные предубеждения как вид социальной установки.

В западной социальной психологии предубеждение рассматривается как аттитюд (установка, отношение). Так, Р. Бэрон дает следующее определение: *«Предубеждение — особый тип установки – главным образом негативной — по отношению к членам определенной социальной группы».*

Термин *дискриминация* обозначает *негативное поведение* по отношению к другим людям, причиной которого является их принадлежность к некоторой группе.

В социальной психологии наиболее исследованными являются такие виды дискриминационного поведения, как расизм и сексизм.

Расизм— индивидуально предвзятые установки и дискриминирующее поведение по отношению к людям определенной расы.

Сексизм (Sexism) —индивидуально предвзятые установки и дискриминирующее поведение по отношению к представителям того или иного пола.

Исследования указывают на два бесспорных факта.

1. Гендерные стереотипы намного сильнее расовых.

2. Стереотипы, касающиеся женщин, обычно более негативны по содержанию, чем стереотипы, касающиеся мужчин.

Важный скрытый признак сексизма обнаружил Дейн Арчер и его коллеги и проявляется он в том, как подается визуальная информация о гендерах. При изображении женщин и мужчин акцент делается на различных деталях их внешности. В портретах мужчин относительно большую часть пространства занимает изображение лица и головы. В тоже время на портретах женщин большую часть пространства составляет изображение тела.

Эта диспропорция в изображении головы и тела у мужчин и женщин, являющаяся результатом скрытого влияния гендерных стереотипов, получила название *фейсизма.* Фейсизм – явление, которое выражает скрытое влияние гендерных стереотипов при изображении мужчин и женщин.

Еще одной скрытой формой дискриминации по полу является так называемый «стеклянный потолок» - искусственные барьеры, основанные на психологических или организационных предубеждениях, которые мешают квалифицированным работникам-женщинам продвигаться по служебной лестнице к высшим руководящим должностям.

Эйджизм - проявление предубежденного отношения к представителям другой возрастной группы, которое выражается либо в умалении, либо дискредитации присущих им достоинств и выстраивании пренебрежительных отношений или игнорирования.

Теоретические объяснения предубеждений и дискриминации.

Психоаналитический подход. В рамках психоаналитической ориентации в социальной психологии механизм возникновения межгрупповой враждебности рассматривался в концепции «*авторитарной личности*» Т. Адорно и его коллег. Авторы использовали идею психоанализа о предопределенности личности взрослого человека детским опытом.

Ученые предполагают, негативные предубеждения берут начало в семьях, где родители жестоко наказывают и ругают детей даже за самые мелкие проступки. В результате дети начинают ощущать враждебность по отношению к своим родителям и другим лицам, обладающим властью и авторитетом, которая перемещается на более слабых членов общества. Так формируется *авторитарная личность.*

*Авторитарность — **склонность** покоряться тем, кто имеет больше власти, и очернять тех, у кого меньше власти.*

Люди с авторитарным типом личности характеризуются следующими чертами:

– с готовностью повинуются властям, но агрессивны по отношению к тем, кто, по их мнению, стоит ниже их по общественной лестнице;

– с готовностью принимают общественные условности и правила и легко подчиняются им;

– отличаются нетерпимостью по отношению к тем, кто нарушает общественные условности;

– воспринимают мир в упрощенном, черно-белом виде;

– исключительно предубежденно относятся к представителям меньшинств.

Теория социального научения. Предубеждение приобретается при научении и развивается в основном тем же образом и посредством тех же механизмов, что и другие социальные установки. Согласно концепции социального научения, дети приобретают негативные установки по отношению к различным социальным группам, потому что слышат, как подобные взгляды высказывают их родители, друзья, преподаватели и другие люди, а также в результате того, что их открыто вознаграждают (лаской, похвалой и одобрением) за усвоение этих взглядов.

В развитии предубеждений большую роль играют средства массовой информации.

Необихевиористский подход. Фрустрация и агрессия: теория «козла отпущения». Наиболее яркой иллюстрацией данного подхода является концепция фрустрации и агрессии Н. Миллера и Дж. Долларда. Боль и фрустрация (блокирование достижения цели) часто вызывают враждебность. Во многих фрустрирующих ситуациях человек не может прямо выразить свою агрессию по отношению к фрустратору. В этом случае выбираются новые объекты для агрессии, которые не имеют никакого отношения к фрустрации, невиновны и не способны к адекватной самозащите. Это феномен «смещения агрессии», наиболее распространенной разновидностью которого является поиск «козла отпущения».

Подход межгрупповых противоречий. Теория реалистического (прагматического) конфликта (Д. Кэмпбелл). Данная теория утверждает, что конфликты между группами, так же как и негативные предубеждения и стереотипы, возникают вследствие реального соперничества между группами за нужные им ресурсы. Такие конфликты укрепляют позитивное чувство солидарности с членами собственной группы, и заставляют людей испытывать сильную антипатию к членам других групп.

Когнитивный подход. Он не является однородным и корректно говорить о группе подходов, одним из которых (наиболее известным) является подход, основанный не *теории социальной идентичности Г. Тэджфела.*

Социальная идентичность – наши убеждения и чувства по отношению к группе, к которой мы, по нашему мнению, принадлежим.

В соответствии с ее положениями, человек упорядочивает социальный мир, разбивая его на категории, распределяя людей по группам (социальная категоризация).

Социальная категоризация – когнитивный процесс упорядочивания индивидом своего социального окружения путем распределения социальных объектов (в том числе - окружающих людей и себя самого) по группам («категориям»), имеющим сходство по значимым для индивида критериям.

Отнесение человека себя к одной из этих категорий составляет процесс социальной идентификации.

Социальная идентификация – процесс отнесения индивидом себя к тем или иным социальным категориям, субъективное переживание им своей групповой социальной принадлежности.

Тенденция оказывать предпочтение своей группе в противовес интересам другой группы, получило название внутригрупповой фаворитизм (от лат. favor - благосклонность).

Внутригрупповой фаворитизм – позитивно пристрастное восприятие собственной группы.

Тенденция к установлению различий в оценках своей и другой группы (как правило, в пользу первой) получила название межгрупповой дискриминации.

Межгрупповая дискриминация – негативно пристрастное отношение к членам чужой группы.

Теория социальной идентичности Г. Тэджфела и Д. Тарнера объясняет феномены внутригруппового фаворитизма и внешне-групповой дискриминации как результат серии когнитивных процессов, связанных с установлением сходства и различий между представителями различных социальных групп.

В формировании социальной идентичности участвуют процессы социального сравнения и межгрупповой дифференциации.

Социальное сравнение – процесс соотнесения качественных признаков различных социальных групп, результатом которого является установление различий между ними, т.е. межгрупповая дифференциация.

Социальная идентичность вместе с личностной идентичностью составляет Я-концепцию личности. Человеку свойственно стремиться к формированию и сохранению позитивной Я-концепции.

Для формирования и сохранения позитивной социальной идентичности необходимо установить различия между группами в пользу собственной. Отсюда и большая благосклонность к членам своей группы (ингруппы) – внутригрупповой фаворитизм, а также враждебность и дискриминация по отношению к чужой группе (аутгруппе).

Преодоление социальных предубеждений

1. Один из возможных путей – *убеждение родителей в опасности прививания предубеждений.* Учить детей не ненавидеть. Для этого необходимо: привлечь внимание родителей к их собственным предубеждениям; показать, что предубеждение наносит вред не только его жертвам, но и тем, кто его выражает.

2. Непосредственный межгрупповой контакт. Ослабить действие предубеждений возможно, увеличив тем или иным, образом количество контактов друг с другом. Эта идея известна как гипотеза контакта, и у есть все основания предполагать, что такая стратегия может оказаться эффективной.

Во-первых, увеличение контактов между представителями различных групп может привести к признанию большего сходства между ними. Обнаруженное сходство может увеличить взаимную симпатию (аттракцию).

Во-вторых, несмотря на то, что стереотипы устойчивы, их можно изменить в тех случаях, когда появляется достаточное количество информации, несогласующейся с ними, или когда люди обнаруживают значительное число «исключений» из своих стереотипов. Непосредственный межгрупповой контакт

может стать одним из эффективных средств борьбы с предубеждениями, когда выполняются следующие условия.

- Взаимодействующие группы должны быть примерно равными по социальному, экономическому или другому статусу.
- Ситуация контакта должна включать сотрудничество и взаимозависимость, так чтобы группы работали для достижения общей цели.
- Контакт между группами должен быть неформальным, так чтобы члены групп могли узнать друг друга лично.
- Контакт должен происходить в условиях, когда существующие нормы способствуют групповому равенству.
- Группы должны взаимодействовать таким образом, чтобы негативные стереотипные убеждения относительно друг друга не подтверждались.
- Вовлеченные в контакт люди должны рассматривать друг друга как типичных представителей соответствующих групп.

3. Объединение групп «Свои» и «Чужие» в группу «Мы»: рекатегоризация. Согласно теории общей групповой идентичности, предложенной Гэртнером, Довидио и их коллегами, в тех ситуациях, когда люди, принадлежащие к различным группам, начинают воспринимать себя как представителей единой группы, их отношение друг к другу становится более позитивным. Это приводит к увеличению количества контактов между членами групп, что ослабляет межгрупповое предубеждение.

4. Создание общих целей, сплачивающих людей. Гэртнер и его коллеги считают, что одним из ключевых факторов в этом процессе является совместная работа. Когда люди, принадлежащие изначально различным группам, работают вместе ради достижения общих целей, они начинают воспринимать себя как единый социальный организм.

5. Чувство эмпатии может уменьшить предубеждение к группе. Когда мы видим мир глазами члена «заклейменной» группы, наше отношение к этой группе становится более позитивным.

Тема 8 Просоциальное и агрессивное поведение.

1. Феномен просоциального поведения: теоретические подходы
2. Социализация альтруистического поведения и ее особенности.
3. Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения
4. Условия снижения агрессивности.

1. Феномен просоциального поведения: теоретические подходы

Под просоциальным поведением понимаются любые действия, направленные на благополучие других людей.

Просоциальное поведение – это поведение, обладающее позитивными социальными последствиями и привносящее вклад в физическое и психологическое благополучие других людей (И. Виспе).

Теоретические подходы к анализу просоциального поведения.

1. *Межличностный подход* (Дж. Хоманс, Д. Тибо, и Г. Келли). Согласно теории социального обмена человеческое взаимодействие направляется «социальной экономикой»: людьми движет желание достичь максимально положительного для себя результата при минимуме расходов, в крайнем случае, достичь равновесия цены и награды. Люди, вступая в меновые отношения, стремятся получить вознаграждение: дают, чтобы получить. Эти вознаграждения могут быть внешними и внутренними.

Внешние – получить общественное одобрение, признание или добиться дружбы.

Внутренние самовознаграждения:

- уменьшить собственные страдания, улучшить настроение (избавиться от дискомфорта).

В более общей форме эта идея известна как Модель облегчения негативного состояния (Р.Чальдини и др., 1981). Она подразумевает, что просоциальное поведение мотивируется в первую очередь желанием улучшить собственное эмоциональное состояние, уменьшить свои негативные эмоции.

- подняться в собственных глазах (повышение самооценки).

2. Просоциальное поведение, мотивированное сопереживанием. *Гипотеза сопереживания—альтруизма:* какая-то часть просоциального поведения мотивируется совершенно бескорыстным желанием помочь человеку, нуждающемуся в помощи. Человек поступает так даже в ущерб себе или группе в целом (Батсон, 1996). В тех случаях, когда люди чувствуют привязанность к кому-либо, они испытывают эмпатию (сочувствие), считает Батсон. Испытывая эмпатию, они обращают свое внимание не столько на собственный дискомфорт, сколько на страдания других. Подлинное сочувствие мотивирует их помогать другому в его собственных интересах.

3. Теория социальных норм. Оказание помощи также ориентировано на соблюдение норм или некоторых универсальных правил поведения.

Социальные нормы, которые мотивируют альтруизм – ответственность и взаимность.

Норма социальной ответственности – ожидание того, что люди будут помогать тем, кто от них зависит

Ответственность, основанная на зависимости другого человека, может видоизменяться под влиянием различных факторов, особенно под влиянием каузальной атрибуции возникновения потребности в помощи.

– Чем больше нуждающийся в помощи человек оказывается виновником своего положения, тем меньше окружающие чувствуют себя ответственными за оказание ему помощи.

– Просоциальные поступки требуют жертв, которых можно избежать, переложив ответственность на других, поэтому присутствие других дает возможность для размывания ответственности.

Акцентировать норму ответственности и тем самым усиливать готовность к помощи может влияние образца.

Норма взаимности – ожидание того, что люди, скорее всего, окажут помощь, а не навредят тем, кто им помог. Теория взаимного альтруизма Р.

Триверса объясняет просоциальное поведение на основе принципа взаимности среди не родственников. Один организм оказывает помощь другому, потому что ожидает в ответ оказания помощи (1980). Дающий надеется, что позднее станет получающим, а нежелающий ответить взаимностью будет наказан: обманщиков, отступников и предателей презирает весь мир.

4. Социобиологический подход. В популярной книге Ричарда Докинза (1976) «Ген эгоизма», эволюционная теория утверждает, что гены, которые побуждают отдельных людей действовать бескорыстно в интересах других, не выживут в ходе эволюционного соревнования. *Модель генетического детерминизма* утверждает, что альтруизм по отношению к близким родственникам как модель поведения был отобран в ходе эволюции для увеличения возможности выживания общих генов.

Психологические детерминанты развития просоциального поведения: ситуативные и личностные.

Ситуационные факторы, способствующие оказанию помощи

Б. Латане и Дж. М. Дарли выявили, что только единственный ситуационный фактор — присутствие других людей — в значительной степени уменьшает возможность вмешательства.

– «Эффекта очевидца» - присутствие других людей – в значительной степени уменьшает возможность вмешательства.

Для объяснения «эффекта очевидца» Латане и Дарли обрисовали серию из пяти ступеней выбора, которые должны пройти наблюдатели (часто бессознательно), чтобы решиться оказать помощь. На каждой ступени принятия решения присутствие других может побудить человека выбрать путь, ведущий к отказу от оказания помощи**.**

Шаг 1. Наблюдатель должен обратить внимание, осознать чрезвычайность ситуации. Если вы не замечаете проблему, то вы и не окажете помощь.

Шаг 2. Правильная интерпретация ситуации как чрезвычайного происшествия.

Эффект «множественной неосведомленности». Множественная неосведомленность характеризует стадию оценивания ситуации. Будучи не один, человек при оценивании ситуации использует реакции окружающих. В тоже время каждый из присутствующих сдерживает свою реакцию, чтобы ее чрезмерная сила или поспешность не поставили его в неловкое положение, не привлекли к нему внимание. Но поскольку в такое замешательство, ведущее к задержке реакции, первоначально впадают все присутствующие, то требующая неотложной помощи ситуация несчастья ошибочно интерпретируется как менее критическая.

Шаг 3. Ответственность за действия. Распределение (диффузия) ответственности – причина неоказания помощи.

Шаг 4. Знать, что делать**.** На четвертом этапе наблюдатель должен понять, знает ли он, как оказать помощь. В любой ситуации, когда наблюдатель владеет необходимыми знаниями, опытом или способностями, он берет на себя ответственность и оказывает помощь независимо от присутствия или отсутствия других наблюдателей.

Шаг 5. Принятие окончательного решения об оказании помощи**.** Даже пройдя через все четыре предыдущих этапа выбора, ответив «да» в каждом из них, наблюдатель может так и не решиться оказать помощь: ему может помешать страх негативных последствий. Если у человека нет особой мотивации, оказание помощи может и не произойти, потому что ее потенциальная цена кажется слишком высокой.

Влияние образца: *просоциальные модели способствуют проявлению альтруизма.* С точки зрения теории социального научения моделирование способствует развитию просоциального поведения и особенно, связанного с самопожерствованием, по следующим причинам:

Фактор дефицита времени - нехватка времени уменьшает альтруизм, в спешке люди в полной мере не осознают ситуацию.

Личностные детерминанты просоциального поведения.

Самая значительная попытка дать определение альтруистической личности была предпринята Бирхофом и его коллегами. Ими было выявлено *пять компонентов альтруистической личности.*

1. Для тех, кто оказывал помощь, важной частью «Я-концепции» была *эмпатия.* 2. Те, кто оказал первую помощь, *верили в справедливость мира* и верили, что хорошие поступки вознаграждаются, а плохие — караются; люди получают то, что заслуживают.

3. *Социальная ответственность* также дифференцирует тех, кто оказывает помощь, а кто — нет.

4. Альтруистические личности характеризуются как люди *с внутренним локусом контроля***.**

5. Люди, оказавшие помощь, имели более *низкий показатель эгоцентризма***.**

Чувства и альтруизм. Эмпирические исследования показывают, что просоциальное поведение основано на позитивном настроении и чувстве вины.

– *Сознание вины* способствует усилению стремления к оказанию помощи: оказанная помощь помогает загладить вину и восстановить уважение к самому себе.

– *Оказание помощи уменьшает плохое и поддерживает хорошее настроение*. Когда взрослый ощущает сознание вины, находится в печали или в другом отрицательном настроении, полезное деяние (или любой поступок, улучшающий настроение) способствует нейтрализации отрицательных эмоций.

– Хорошее настроение, в свою очередь, способствует возникновению приятных мыслей и хорошего отношения к самому себе, что предрасполагает нас к хорошему поведению. Положительно мыслящие люди, как правило, становятся и положительными деятелями.

2. Социализация альтруистического поведения и ее особенности

Существует два способа усиления альтруизма – устранение факторов, сдерживающих оказание помощи и социализация альтруизма.

Устранение факторов, сдерживающих оказание помощи

– **У**меньшение неопределенности, повышение ответственности. Если помочь людям правильно интерпретировать происходящее и взять на себя ответственность, то это будет способствовать их вовлечению в ситуацию.

– Чем больше информации предоставляет просящий, чем выше его "сигнальность", тем выше вероятность интерпретации ситуации как бедственной, требующей оказания помощи. Соответственно в этом случае повышается и частота ее предоставления.

– Сила личного влияния. Все, что персонализирует людей – личная просьба, зрительный контакт, упоминание чьего-либо имени, предчувствие взаимодействия –способствует усилению желания оказать помощь. Личностный подход, делает человека менее анонимным и более ответственным.

– Обстоятельства, которые способствуют самоосознанию — зеркала, видеокамеры, наблюдение и оценка со стороны — также способствуют усилению желания оказывать помощь.

Социализация альтруизма. Есть три возможности научить альтруизму.

1. Обучение моральному включению (инклюзии) – включение людей, отличающихся от нас самих, в свой круг, в число людей, на которых распространяются единые моральные ценности и правила справедливости.

2. Моделирование альтруизма – средства массовой информации способны научить просоциальному поведению**.**

3. Приписывание оказания помощи альтруистическим мотивам - давая людям возможность находить внутренние оправдания для их хороших поступков (отучая их от посулов и угроз, когда это возможно), мы можем увеличить их удовлетворение тем, что они совершили эти поступки по собственной инициативе.

4. Знание об альтруизме - как только люди осознают, почему присутствие других удерживает их от оказания помощи, они становятся более отзывчивыми в любой групповой ситуации.

3. Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения

Сегодня нет общепринятого определения агрессии, тем не менее исследователи согласны, что для агрессивного поведения характерно: 1) причинение ущерба или или нанесение травмы другому лицу или организму; и 2) намерение вызвать негативные последствия для жертвы.

Агрессия – физическое или вербальное поведение, направленное на причинение кому-либо вреда.

Типы агрессивного поведения.

По конечной цели выделяют:

Враждебную агрессию – агрессия, которая является самоцелью; и и*нструментальную агрессию* - агрессия, которая является лишь инструментом в достижении некоей цели.

По направленности на объект: *внешняя агрессия и аутоагрессия*. Внешняя агрессия направлена на окружающих, внутренняя – на себя: самообвинении, самоунижении, нанесении себе телесных повреждений вплоть до самоубийства.

По форме выражения агрессию подразделяют на:

– *физическую* (использование физической силы против другого лица или объекта);

– *вербальную* (оскорбление, клевета, угроза); выражение негативных чувств как через форму (ссора, крик, визг), так и через содержание вербальных реакций (угроза, проклятья, ругань);

– *прямую* (непосредственно направленная на человека);

– *косвенную* (действия, которые окольным путем направлены на другое лицо (злобные сплетни, шутки и т. п.), и действия, характеризующиеся ненаправленностью и неупорядоченностью (взрывы ярости, проявляющиеся в крике, топанье ногами, битье кулаками по столу и т. п.);

Кроме того, агрессия может быть сознательно контролируемой и импульсивной, направленной на внешние объекты или на себя. И.А. Фурманов в соответствии со способом выражения выделяет *произвольный и непроизвольный* виды агрессии. Произвольная агрессия возникает из желания, намерения воспрепятствовать, повредить кому-либо, обойтись с кем-то несправедливо, кого-нибудь оскорбить. Непроизвольная агрессия представляет собой нецеленаправленный и быстро прекращающийся взрыв гнева или ярости, во время которого действие неподконтрольно субъекту.

Психологические теории возникновения агрессивности

За долгие годы социально-психологического изучения агрессии были выдвинуты различные теории, объясняющие причины ее появления. Можно выделит три основные влиятельные точки зрения:

согласно одной из них – агрессия это форма поведения, определяемая врожденными инстинктами и побуждениями;

согласно другой – агрессия, как и другие формы поведения, приобретается в результате индивидуального опыта;

третья, промежуточная точка зрения, соединяет побуждение и приобретение, гипотеза о фрустрации – агрессии.

Все они отражают воззрения и эмпирический опыт конкретных исследователей и психологических школ разного времени.

Агрессия как инстинкт рассматривается двумя влиятельными теоретическими подходами – психоаналитическим и этологическим.

Одним из основоположников этой теории, без сомнения, является З. Фрейд. Он считал, что в человеке существуют два наиболее мощных врожденных инстинкта: инстинкт жизни, Эрос, и инстинкт смерти –Танатос. Первый рассматривался как стремления, связанные с созидательными тенденциями в поведении человека: любовью, заботой, близостью. Второй несет в себе энергию разрушения, его задачей является «приводить все органически живущее к состоянию безжизненности» — это злоба, ненависть, деструктивность. Когда инстинкт смерти обращен вовнутрь, то выражает себя в самонаказании, крайней формой которого становится самоубийство, когда он обращен вовне, то выражает себя во враждебности, стремлении к разрушению, убийству.

Фрейд был убежден, что подобно тому, как снижается сексуальное напряжение вследствие сексуальной активности, агрессивная энергия также

должна каким-то образом выйти наружу. Если людям не давать излить свою агрессию, ее энергия будет расти, а вместе с ней расти и напряжение; энергия будет искать выход, либо взрываясь актами предельного насилия, либо выражая себя в симптомах психического заболевания. Это привело к идее «катарсиса». Катарсис (в буквальном смысле "очищение эмоций") — это процесс освобождения возбуждения или накопившейся энергии, приводящий к снижению уровня напряжения.

Враждебные и агрессивные тенденции могут выражаться и недеструктивным способом, например, через сарказм или фантазию, их можно сублимировать, т.е. направить разрушительную энергию в русло какого-либо приемлемого или общественно полезного поведения.

Этологический подход. Новое звучание тема обусловленности человеческой агрессии, главным образом, биологическими факторами получила в современное время благодаря работам одного из основоположников этологии — К. Лоренца. Он утверждал, что агрессивный инстинкт много значил в процессе эволюции, выживания и адаптации человека. Стремительное же развитие научно-технической мысли и прогресс обогнали естественно текущее биологическое и психологическое созревание человека и привели к замедлению развития тормозных механизмов агрессии, что неизбежно влечет периодическое внешнее выражение агрессии. Иначе внутреннее напряжение будет накапливаться и создавать "давление" внутри организма, пока не приведет к вспышке неконтролируемого поведения (принцип выпускания пара из паровозного котла).

Следует отметить, что "психогидравлическая модель" К. Лоренца в основном базировалась на часто неоправданном переносе результатов исследований, полученных на животных, на человеческое поведение. Другим слабым местом теории инстинктов являлась предопределенность способов управления агрессией. Считалось, что человек никогда не сможет справиться со своей агрессивностью. И поскольку накапливающаяся агрессия непременно должна быть отреагирована, то единственной надеждой остается направить ее по нужному руслу. Сторонники теории инстинктов считают, что наиболее цивилизованной формой разрядки агрессии для человека являются конкуренция, различного рода состязания, занятия физическими упражнениями и участие в спортивных соревнованиях.

Фрустрационная модель агрессии. Она возникла как противопоставление концепциям влечений: здесь агрессивное поведение рассматривается как ситуативный, а не эволюционный процесс.

Ортодоксальный подход. Основоположником этого направления исследования человеческой агрессивности считается Дж**.** Доллард. Согласно его воззрениям**,** агрессия — это не автоматически возникающее в организме человека влечение, а реакция на фрустрацию (фрустрация- это все, что препятствует достижению цели): попытка преодолеть препятствие на пути к удовлетворению потребностей, достижению удовольствия и эмоционального равновесия.

Рассматриваемая теория утверждает, что агрессия всегда есть следствие фрустрации. Фрустрация же, в свою очередь, всегда влечет за собой агрессию. Схема "фрустрация — агрессия" базируется на четырех основных понятиях: *агрессия, фрустрация, торможение и замещение*.

Агрессия понимается как намерение навредить другому своим действием, как "акт, целенаправленной реакцией которого является нанесение вреда организму".

Фрустрация возникает, когда появляется помеха осуществлению условной реакции. Причем величина фрустрации зависит от силы мотивации к выполнению желаемого действия, значительности препятствия к достижению цели и количества целенаправленных действий (попыток), после которых наступает фрустрация.

Торможение — это тенденция ограничить или свернуть действия из-за ожидаемых отрицательных последствий. В частности, установлено, что торможение любого акта агрессии прямо пропорционально силе ожидаемого наказания. Кроме того, торможение прямых актов агрессии почти всегда является дополнительной фрустрацией, которая вызывает агрессию против человека, воспринимаемого виновником этого торможения, и усиливает побуждение к другим формам агрессии.

Замещение — это стремление участвовать в агрессивных действиях, направленных против какого-либо другого лица, а не истинного источника фрустрации.

Одной из примечательных идей фрустрационной теории агрессии является эффект катарсиса, заимствованный из психоанализа. Суть этой идеи состоит в том, что физическое или эмоциональное выражение враждебных тенденций приводит к временному либо длительному облегчению, в результате чего достигается психологическое равновесие и ослабление готовности к агрессии.

Как и предыдущая концепция, фрустрационная теория не избежала критических замечаний. Основной огонь критики пришелся на гипотезу о жесткой взаимопредопределенности самой схемы "фрустрация — агрессия". Поскольку было замечено, что люди довольно часто испытывают фрустрацию, но не обязательно при этом ведут себя агрессивно, и наоборот. Сторонники фрустрационной теории согласились и несколько видоизменили свою позицию.

Ревизионистский подход. Представителем такой модифицированной теории обусловливания агрессии фрустрацией является Л. Берковитц. Он ввел новую дополнительную переменную, характеризующую возможные переживания, возникающие в результате фрустрации — гнев__как эмоциональную реакцию на фрустрирующий раздражитель. Т.е. он считал, что фрустрация вызывает гнев, озлобление, эмоциональную готовность реагировать агрессивно. Помимо этого, по его мнению, агрессия не всегда является доминирующей реакцией на фрустрацию и при определенных условиях может подавляться.

В концептуальную схему "фрустрация — агрессия" Л. Берковитц ввел три существенные поправки: а) фрустрация не обязательно реализуется в агрессивных действиях, но она стимулирует готовность к ним; б) даже при

состоянии готовности агрессия не возникает без надлежащих условий; в) выход из фрустрирующей ситуации с помощью агрессивных действий воспитывает у индивида привычку к подобным действиям.

В процессе своего развития фрустрационный подход претерпел значительные изменения и разделился на два относительно самостоятельных течения.

1.Сторонники первого течения остались приверженцами фрустрационно-агрессивной гипотезы и продолжают, в основном, исследовать условия, при которых ситуация фрустрации ведет к возникновению агрессивных действий. К таким важным, на их взгляд, условиям относятся: сходство-несходство агрессора и жертвы, оправданность-неоправданность агрессии, уровень агрессивности как личностной характеристики человека.

2.Сторонники второго течения создали собственную концепцию фрустрации, в основу которой положен анализ фрустрационных ситуаций, классификации и типологии реакций на фрустрацию. Так, С. Розенцвейгом выделяются три типа причин, вызывающих фрустрацию:

1) лишения — отсутствие необходимых средств для достижения цели или удовлетворения потребности*;*

2) потери — утрата предметов или объектов, ранее удовлетворяющих потребности;

3) конфликт — одновременное существование двух несовместимых друг с другом побуждений, амбивалентных чувств или отношений.

В результате экспериментальных исследований сторонники названного течения *по направленности реакций* на фрустрацию стали различать:

• внешнюю (экстрапунитивную) направленность, характеризующуюся открытым проявлением агрессии, направленной на безличные обстоятельства, предметы или социальное окружение;

• направленность на себя (интропунитивную), характеризующуюся открытым выражением обвинения или требования, адресованных самому себе;

• несубъектную (импунитивную) направленность, характеризующуюся отсутствием агрессии, обвинений, требований и отрицанием либо проблемности ситуации или конфликта, либо виновности или ответственности кого-то, выражением надежды на благоприятное разрешение проблемы.

По видам реакций стали различать:

• препятственно-доминантный (фиксирование внимания на препятствии, стрессоре, помехе, фрустраторе, на том явлении, предмете, которые и создают критическую ситуацию);

• самозащитный (самооправдание, приведение аргументов в свою защиту, обвинение другого в целях отведения от себя наказания и т. п.);

• упорствующе-разрешающий (не уход из ситуации, а упорство в ее разрешении каким-либо образом, т. е. стремление не оставить ситуацию незавершенной, поиск выхода, конструктивного решения и т. п.).

В результате исследований агрессию стали рассматривать не только как один из возможных выходов из фрустрирующей ситуации (поскольку согласно вышеизложенному может существовать, по крайней мере, девять вариантов

поведения). Исследователи пришли к выводу, что при фрустрации личность реагирует целым комплексом защитных реакций, одна из которых играет ведущую роль. Например, в некоторых случаях человек реагирует на фрустрацию уходом, сопровождающимся агрессивностью, которая не проявляется открыто.

Поведенческая модель. Теория социального научения, в отличие от других, гласит, что агрессия представляет собой усвоенное поведение в процессе социализации.

Социализацией агрессии можно назвать процесс научения контролю собственных агрессивных устремлений или выражение их в формах, приемлемых в определенном сообществе, цивилизации. Совершенно ясно, что "природный" агрессивный потенциал никуда не исчезает в более зрелом возрасте. Просто в результате социализации многие учатся регулировать свои агрессивные импульсы, адаптируясь к требованиям общества.

Другие остаются весьма агрессивными, но учатся проявлять агрессию более тонко: через словесные оскорбления, скрытое принуждение, завуалированные требования, вандализм и другие тактические приемы.

Третьи ничему не научаются и проявляют свои агрессивные импульсы в физическом насилии.

На социализацию агрессии оказывают влияние два основных фактора:

1. Наблюдение соответствующего способа действий. Теория социального научения — это, в первую очередь, изучение человеческого поведения, ориентированного на образец. Образец в данном случае рассматривается как средство межличностного воздействия, благодаря которому возможно формирование (изменение) отношений или способа действий человека.

Существенное внимание при этом уделяется изучению влияния первичных посредников социализации, а именно, образца отношений и поведения родителей, на обучение детей агрессивному поведению. Установлено, что в семьях агрессивных детей выявлена большая распространенность агрессивных проявлений со стороны взрослых по сравнению с семьями неагрессивных детей. Этим было доказано, что поведение родителей представляет собой модель агрессии и что у агрессивных родителей обычно бывают агрессивные дети.

2. Социальное подкрепление. Теория социального научения считает, что другим важным элементом этой теории является характер подкрепления агрессивного поведения со стороны окружающих. Под подкреплением обычно понимается какое-либо действие, призванное усилить определенную реакцию. Это может быть похвала и выговор, улыбка и насмешка, дружеские и враждебные жесты. Различают две формы подкрепления:

Положительное подкрепление — это любой стимул, который, следуя за желательной реакцией, усиливает ее или поддерживает на том же уровне.

Отрицательное подкрепление — это стимул, устранение которого усиливает желательную реакцию.

Согласно теории социального научения, формирование агрессивного поведения может происходить несколькими путями:

1. Родители поощряют агрессивность в своих детях непосредственно либо показывают пример (модель) соответствующим поведением по отношению к другим и к окружающей среде. Определено, что дети, наблюдающие агрессивность взрослых, особенно если это значимый и авторитетный для них человек, которому удается добиться успеха благодаря агрессивности, обычно воспринимают эту форму поведения.

2. Родители наказывают детей за проявление агрессивности:

а) родители, очень резко подавляющие агрессивность у своих детей, воспитывают в ребенке чрезмерную агрессивность, которая будет проявляться в более зрелые годы;

б) родители, которые не наказывают своих детей за проявление агрессивности, вероятнее всего, воспитывают в них чрезмерную агрессивность;

в) родителям, разумно подавляющим агрессивность у своих детей, как правило, удается воспитать умение владеть собой в ситуациях, провоцирующих агрессивное поведение.

Следовательно, можно заключить: наблюдение и подкрепление агрессии со временем развивает у человека высокую степень агрессивности как личностной черты. Точно также наблюдение и подкрепление неагрессивного поведения развивает низкую степень враждебности.

В рамках теории социального научения существует мнение, свидетельствующее о том, что переживания, вызываемые даже пассивным наблюдением агрессии и насилия, происходящих как на экране, так и в реальной жизни ведут к возбуждению агрессии. Это мнение основано на том, что наблюдатель, особенно если он ребенок, проявляет тенденцию совершать те же самые действия, что и лицо, за которым он наблюдает. В частности, указывается, что просто ожидание или сам просмотр сцен насилия по телевидению и в фильмах может увеличивать степень агрессивности. Было установлено, что зрители с высоким уровнем агрессивности в большей степени интересуются видеонасилием, в то время как малоагрессивные поверхностно просматривают такие фильмы и не концентрируются на сценах подстрекательства и ответного насилия.

4. Условия снижения агрессивности.

Гипотеза *катарсиса* утверждает, что агрессия выполняет полезную и необходимую функцию: агрессивные действия или фантазии выводят из организма подавленную агрессию и снижают вероятность проявления агрессивности в дальнейшем.

3. Фрейд и другие психоаналитики придают большое значение эффекту катарсиса, часто объясняя им потребность человека очиститься от агрессивных тенденций. В частности, существуют данные, которые свидетельствуют о том, что если человек**,** являясь объектом агрессии**,** не может ответить тем же, то у него поднимается кровяное давление, тогда как при непосредственном агрессивном ответе оно значительно снижается. Более того, у людей, постоянно подавляющих выражение гнева и агрессию, развиваются различные психосоматические симптомы. Так, А. Адлер указывал, что сдерживание агрессии

может ослаблять моторную систему и проявляться в виде дрожания, тряски, судорог, спазмов, катотонического феномена, функционального паралича. Этот феномен может распространяться также и на соматическую систему (сердцебиение, бледность, покраснение) или другие системы, в результате чего может увеличиться потливость, приступы рвоты или сдерживания секреции как явление торможения агрессии и гнева. По данным других психоаналитиков, ограничение в выражении агрессии может быть одной из причин ревматического артрита, крапивницы, прыщей, псориаза, язвы желудка, эпилепсии, мигрени, гипертонии.

Однако анализ результатов экспериментальных исследований не позволяет однозначно оценить эффективность катарсиса: установлено, что в ряде случаев агрессивное поведение понижает дальнейшие агрессивные проявления, а в ряде случаев, наоборот, повышает их. В тщательно проведенном анализе имеющихся экспериментальных данных Л. Берковиц не смог найти неопровержимых результатов того, что в результате интенсивной физической деятельности агрессия снижается. А полевое исследование А. Паттерсона ведет к прямо противоположному заключению. Он измерял враждебность школьников-футболистов за неделю до начала сезона и спустя неделю после его завершения. Результаты свидетельствовали о росте агрессивности. Не ведет к снижению агрессивности и наблюдение за агрессивными играми. Г. Рассел – канадский спортивный психолог, измерял враждебность болельщиков во время хоккейного матча, особенно богатого сценами насилия. По мере того как страсти на льду накалялись, болельщики становились все более воинственными, их враждебность вернулась к первоначальному уровню только тогда, когда игра завершилась.

Второй вид агрессии – воображаемые агрессивные действия. В эксперименте С. Фешбаха преподаватель сначала обижал группу студентов, а затем одной половине группы была предоставлена возможность излить свои чувства на бумаге, а другой половине группы не дали такой возможности. Результаты показали, что у первой группы показатели агрессивности были не намного меньше, чем у другой.

Третий способ – принять участие в прямой агрессии. Хотя полученные свидетельства нельзя считать окончательными, все же в подавляющем большинстве экспериментов подтверждений снижения потребности в агрессии обнаружить не удалось. Скорее сегодня наиболее распространенным является вывод о том, что совершение агрессивных действий только увеличивает предрасположенность в будущей агрессии. В рамках «естественного эксперимента» нескольким только что уволенным техникам дали возможность выразить свое враждебное отношение к бывшим начальникам: они отвечали на вопросы анкеты, где им предлагали отметить те штрафные санкции, которых заслуживали их начальники. Такая возможность «спустить пар» не привела к уменьшению агрессии, наоборот, их агрессивность возросла.

Таким образом, большинство полученных свидетельств не подтверждают идею катарсиса. Идея катарсиса верна лишь частично. Когда кто-то вызывает наш гнев, разрядка враждебности по отношению к данному человеку,

действительно, может улучшить наше настроение, но она не уменьшает самой враждебности. Объясняется этот тем, что у людей агрессия зависит *не только* от испытываемого ими напряжения – *что они чувствуют* – но и от того, что они думают.

Есть принципиальная разница между тем, что вы испытываете гнев, и тем, что вы выражаете его в насильственной форме. Нужно выразить его (гнев) в ненасильственной форме. Нужно просто и решительно заявить: «Я очень сердит на вас за то, что вы сделали». Такое высказывание дает возможность разгневанному человеку возможность самоутвердиться, и послужит снятию напряжения и улучшению самочувствия. К тому же, поскольку объекту гнева не нанесено большого вреда, эта реакция не включает когнитивные процессы, которые приведут разгневанного человека к оправданию своего поведения путем осмеяния и умаления достоинств того, кто вызвал у него гнев.

В любой культуре те, кто перестраивают разоблачительное «ты-высказывание» на «я -высказывание» («Я зол», «Когда ты так говоришь, я раздражаюсь»), преподносят свои чувства так, что другому человеку становится легче отреагировать на них позитивно.

Подход с позиции теории социального научения. Наказание. Было доказано, что суровое наказание дает лишь временный эффект, и если не применять его с особой осторожностью, то в отдаленной перспективе оно даст обратный эффект: установлено, что у родителей, применявших суровые наказания, вырастали дети, которые проявляли особую агрессивность, и, став взрослыми, предпочитали использовать насильственные методы для достижения личных и политических целей. Агрессия у таких детей проявляется обычно вне стен дома – где нет рядом карающей фигуры.

Но в тоже время, было показано, что дети, будучи физически наказанными взрослым, который до этого относился к ним с теплотой и вниманием, склонны подчиняться пожеланиям этого взрослого даже в его отсутствие. Следовательно, наказание может быть полезным, если применять его разумно – в контексте теплых взаимоотношений с ребенком.

Наказание агрессивных моделей. Неоднократно раздавались утверждения о том, что агрессию можно было бы уменьшить, наглядно продемонстрировав ребенку «плохо закончившую» агрессивную модель. При этом подразумевается, что люди, наблюдавшие это наказание, как бы сами получают воображаемое наказание и в итоге становятся менее агрессивными. Но масса данных, полученных из реальной жизни, эту теорию как раз не подтверждают. Например, по мнению американской президентской Комиссии по контролю за исполнением законов, существование и применение смертной казни не уменьшает количество совершаемых убийств.

Лучший способ – *поощрение альтернативных форм поведения.* Необходимо обучать детей созидательному конструктивному поведению путем его поощрения. Эта идея была проверена в рамках эксперимента, проведенного П.Брауном и Р. Эллиотом. Воспитательниц проинструктировали, чтобы они не обращали внимание на проявление агрессии со стороны детей, но были предельно заботливыми и обращали особое внимание в тех случаях, когда они

вели себя мирно и дружелюбно, играли, обмениваясь игрушками, сотрудничали друг с другом. Спад агрессивного поведения заметен был уже спустя несколько недель. Даже в ситуации фрустрации (когда у детей забрали шоколадки, прекратили показа интересного фильма) дети, которых обучали созидательному поведению, действовали более конструктивно и менее агрессивно, нежели другие дети.

Создание *эмпатии* по отношению к другим людям. Норма и Семур Фешбах продемонстрировал наличие отрицательной корреляции между эмпатией и агрессией у детей: чем больше эмпатия у данного человека, тем меньше он прибегает к агрессивным действиям. Позже Норма Фешбах разработала метод обучения эмпатии и успешно проверила его воздействие на агрессивное поведение. Дети учились смотреть на события с точки зрения других людей: учились идентифицировать чужие эмоции, проигрывали роли других людей в разнообразных эмоционально нагруженных ситуациях, исследовали свои чувства. Подобные действия по обучению эмпатии привели к значительному снижению агрессивного поведения.

Еще одно обстоятельство, способствующее агрессии – агрессию запускают в действие агрессивные стимулы (Л. Берковитц). Ограничение доступа к огнестрельному оружию в этой связи действенная мера. В Швеции запрещен выпуск военных игрушек. Служба информации Швеции сформулировала национальную позицию так: «Игра в войну учит решать споры насильственным путем».

Тема 9 Общение как организация и процесс взаимодействия между субъектами

1. ***Общение как социально-психологическое понятие***
2. ***Общение как организация и процесс взаимодействия между субъектами (интерактивная сторона общения).***
3. ***Стратегии взаимодействия.***
4. ***Межличностный конфликт и его характеристика.***

1. Общение как социально-психологическое понятие

Категория «общение» является одной из центральных в психологической науке наряду с категориями «мышление», «деятельность», «личность», «отношения». «Сквозной характер» проблемы общения сразу становится понятным, если дать одно из определений *межличностного общения*: это процесс взаимодействия по крайней мере двух лиц, направленный на взаимное познание, на установление и развитие взаимоотношений, оказание взаимовлияния на их состояния, взгляды и поведение, а также на регуляцию их совместной деятельности.

Общение – это взаимосвязь между людьми в ходе, которой возникает психологический контакт, проявляющийся в обмене информацией, взаимопонимании, взаимовлиянии, взаимопереживании.

Функции общения. По своему значению общение многофункционально. Можно выделить, по крайней мере, пять важнейших функций общения.

Прежде всего, общение выполняет в коллективной человеческой деятельности связующую роль. Эта функция может быть условно названа *«прагматической»*. В этой функции общение выступает как важнейшее условие объединения людей в процессе любой совместной деятельности. О том, какие разрушительные последствия для деятельности людей имеет невыполнение этого условия, повествуется в знаменитом библейском сюжете о строительстве Вавилонской башни.

Второй может быть названа *«формирующая» функция* общения. Здесь общение выступает как важнейшее условие формирования и изменения психического облика человека. Известно, что на определенных стадиях детского развития поведение, деятельность и отношение ребенка к миру и самому себе опосредовано его общением со взрослым. Важно также отметить, что на ранних этапах онтогенеза общение играет почти витальную функцию в жизни детей.

Жизненно необходимая роль общения ярко проявляется в следующем примере. В тридцатых годах в США был проведен эксперимент в двух клиниках, в которых дети лечились от серьезных, плохо излечимых заболеваний. Условия в обеих клиниках были одинаковые: квалифицированный персонал, внимательный уход, но в одном они различались: в одной больнице родственников к малышам не пускали – опасались инфекции, а в другой пошли на нарушение предписаний, и в определенные часы пускали в специально отведенную комнату членов семьи. Через несколько месяцев сравнили показатели эффективности лечения. В первом отделении коэффициент смертности приблизился к одной трети, не смотря на все усилия врачей. Во втором же отделении, где малышей лечили теми же средствами и методами, за это время не умер ни один ребенок! Им в прямом смысле слова помогло выжить общение с близкими и дорогами людьми.

В качестве третьей может быть названа т. н. *«подтверждающая» функция* общения. Иначе говоря, в процессе общения с другими людьми человек получает возможность познать, утвердить и как бы подтвердить себя. Желая утвердиться в своем существовании и в своей ценности, человек ищет точку опоры в другом человеке. Еще У. Джеймс отмечал, что для человека «не существует более чудовищного наказания, чем быть предоставленным в обществе самому себе и оставаться абсолютно не замеченным». Во многих психотерапевтических системах это состояние человека фиксируется в понятии «неподтверждение». Причем, в отличии от отрицания, которое может быть выражено словами «Ты не прав» или «Ты плохой» и предполагает известную долю подтверждения (пусть и с негативной оценкой), неподтверждение означает «Тебя здесь нет», «Ты не существуешь».

Известный английский психиатр Р. Д. Лейнг видел в неподтверждении универсальный источник многих психических заболеваний, прежде всего – шизофрении. Согласно его наблюдениям, подкрепленным многими другими исследователями, эндогенным психозом чаще всего заболевают дети, чье «Я»

подвергается со стороны родителей едва заметному, но неотвратимо преследующему ребенка отвержению.

Важно, что повседневный опыт человеческого общения изобилует процедурами, организованными по принципу простейшей «подтверждающей терапии»: ритуалы знакомства, приветствия, именования, оказание различных знаков внимания. Они, говоря научным языком, направлены на поддержание у человека «минимума подтвержденности».

Четвертая функция общения состоит в *организации и поддержании межличностных отношений*. Восприятие других людей и поддержание с ними различных отношений (от интимно-личностных до сугубо деловых) для любого, человека неизменно сопряжено с оцениванием людей и установлением определенных эмоциональных отношений — либо позитивных, либо негативных по своему знаку. Эмоциональное отношение к другому человеку практически всегда может быть выражено в терминах «симпатии — антипатии», «нравится—не нравится».

Наконец, пятая функция общения – *внутриличностная*. В данном случае общение человека с самим собой (через внутреннюю или внешнюю речь, построенную по типу диалога) может рассматриваться как универсальный способ мышления человека. Л. С. Выготский отмечал в связи с этим, что «...человек и наедине с самим собой сохраняет функцию общения».

Структура общения.

Общение представляет собой сложный и многогранный процесс, оно есть образование, в котором можно выделить отдельные стороны, т.е. описать его структуру. Одним из общепринятых является выделение в общении трех взаимосвязанных сторон или характеристик – *информационной, интерактивной и перцептивной* (Г М Андреева, 1980).

Коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. *Интерактивная* сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами. *Перцептивная* сторона общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания. В реальности каждая из этих сторон не существует изолированно от других.

Другие основания для выделения структурных компонентов использует Б.Д. Парыгин (1999), выделял следующие компоненты: *субъекты общения; средства общения; потребности, мотивация и цели общения; способы взаимодействия, взаимовлияние и отражение влияний в процессе общения; результаты общения.*

Р.С. Немов в качестве важнейших аспектов общения выделяет содержание, цель и средства общения. *Содержание общения* включает разноплановую информацию (например, сведения о внешней среде, об эмоциональном состоянии, о намерениях и т.д.), которая в межличностных контактах передается от одного субъекта к другому. *Цель общения* подразумевает образ желаемого исхода взаимодействия. Если у животных цели общения всегда обусловлены актуальными биологическими потребностями, то у человека они определяются и материальными, и социальными, и духовными потребностями.

Важнейшими целями общения, как правило, являются получение и передача информации; снятие напряжения; оказания влияния на действия других людей; управление своими действиями; оказание помощи другим людям. *Средства общения* представляют собой способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, которая передается в процессе общения от одного существа к другому. Кодирование информации – это ее своеобразное «свертывания» в тот вид, который можно передавать, задействую органы чувств, речь, технические средства, письмо.

Виды межличностного общения.

В соответствии с установившейся традицией, в отечественной социальной психологии выделяют различные по своей ориентации виды общения.

Прежде всего, это *ролевое и межличностное общение*.

Ролевое общение помогает людям создавать и поддерживать отношения, построенные на основе деловых, формально-социальных контактов. Оно обеспечивает коммуникацию в таких социальных тандемах, как «руководитель- подчиненный, «покупатель-продавец». В таких отношениях именно роль, ролевые ожидания участников общения определяют, как будет воспринят партнер, как будет читаться его поведение и строиться собственное. В ролевом общение человек не свободен в выборе стратегии своего поведения, восприятии партера и самовосприятии. В ролевом общении человек реализует себя как член общества, определенной группы, выразитель интересов определенных отношений. Участвуя в таком общении, он тем самым поддерживает и развивает систему социальных, общественных связей некоторого сообщества.

В межличностном общении отношения строятся на основе эмоциональной привлекательности, ценностного сходства партнеров и мало зависят от социальных рангов и ролей. Вступая в межличностное общение, люди ориентированы на свои внутренние цели и ценности. Их отношение к партеру формируется «здесь и сейчас» в ходе контакта, на основе демонстрируемого им поведения и взглядов. Общение будет стремиться к продвижению, если формирует у партнеров взаимную симпатию. И мало причин его продолжать будет у тех партнеров, которые начали испытывать эмоциональную неприязнь друг к другу.

Кроме межличностного и ролевого общения выделяют**:** ритуальное, монологическое, диалогическое.

Ритуальное общение – человек подтверждает свое существование в качестве члена общества той или иной важной для него группы. Важная особенность ритуальных отношений состоит в их безличности. Не только самого себя человек рассматривает как носителя роли, но партнера воспринимает формально, как необходимый элемент ритуала. Его качества не важны до тех пор, пока они не мешают выполнению ритуала. В межличностных отношениях ритуалам уделяется немного места. Их количество нарастает в ситуациях эмоциональной напряженности, психологического бегства партнеров друг от друга: подчеркнутая вежливость, банальные комплименты**.** Ритуал – это такая «ресурсосберегающая» технология социального подтверждения.

Ритуальный стиль общения является «обьект – обьектным» в силу того, что ценность личности, индивидуальности в нем нивелирована, у него нет конкретного автора, нет направленности на конкретного человека. Участники равны в своей безличности и в своем праве удовлетворить те важные социальные потребности, ради которых они вступили в ритуал.

Монологическое общение – это распространенная форма общения, предполагающая позиционное неравноправие партнеров. Можно выделить две разновидности монологического общения: *императив и манипуляция.*

Императивное общение - это авторитарная, директивная форма воздействия на партнера с целью достижения контроля над его поведением и внутренними установками, принуждения к определенным действиям или решениям. Особенность императива в том, что конечная цель общения – принуждение партнера – не завуалирована. В данном случае партнер по общению рассматривается как объект воздействия, выступает пассивной, «страдательной» стороной. Особенность императива в том, что конечная цель общения — принуждение партнера — не завуалирована. В качестве средств оказания влияния используются приказ, указания, предписания и требования.

Можно назвать целую группу социальных деятельностей, в которых использование императивного вида общения вполне оправдано и с целевой и с этической точек зрения. К ним относятся военные уставные отношения, отношения «начальник-подчиненный» в сложных и экстремальных условиях, работа при чрезвычайных обстоятельствах. Вместе с тем, можно точно определить и те сферы межличностных отношений, где применение императива неуместно и даже не этично. Прежде всего, речь идет о интимно-личностных отношениях, супружеских и детско-родительских контактах, а также всей системе воспитательных, педагогических отношений. Возможности применения императивного общения в педагогической практике крайне ограничены, причем не столько по чисто этическим мотивам, сколько по причине его крайней не эффективности. Известно, что с помощью команд, приказаний и безусловных запретов можно добиться внешнего послушания и выполнения каких-либо требований со стороны учителя. Однако, нормы и ценности, правила и общественные предписания, передаваемые ребенку или подростку в такой форме, не становятся частью его внутренних личностных убеждений, остаются внешним, наносным и поэтому легко исчезающим содержанием его сознания.

Манипуляция – это скрытое управление личностью, такое психологическое воздействие на человека, которое обеспечивает получение манипулятором односторонних преимуществ, но так, чтобы у партнера сохранялась иллюзия самостоятельности принятых решений.

Как и императив, манипулятивное общение предполагает объектное восприятие партнера по общению, которой используется манипулятором для достижения своих целей. Роднит их и то, что при манипулятивном общении также ставится цель добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Коренное отличие состоит в том, что партнер не информируется об истинных целях общения; они либо просто скрываются от него, либо

подменяются другими. Манипулятор использует психологически уязвимые места человека – черты характера, привычки, желания, достоинства. Э.Шостром, отмечает, что манипулятора характеризует лживость и примитивность чувств, апатия к жизни, цинизм и недоверие к себе и другим.

В отношении манипуляции также можно сказать, что есть области человеческого взаимодействия, где она вполне уместна, и где она категорически недопустима. Сферой «разрешенной манипуляции», несомненно, является бизнес и деловые отношения вообще. Символом такого типа отношений давно стала концепция общения Д. Карнеги и его многочисленных последователей. Широко распространен манипулятивный стиль воздействия на партнеров по общению и в области пропаганды. Вместе с тем известно, что владение средствами манипулятивного воздействия на других людей в деловой сфере как правило заканчивается для человека широким переносом таких навыков в остальные области своих взаимоотношений. Сильнее всего страдают от манипуляции отношения, построенные на любви, дружбе, взаимной привязанности. Манипулятивное отношение к другому приводит к разрушению близких, доверительных связей между людьми, будь то возлюбленные, родители и их дети и т. д. Манипулятор живет в каждом человеке. Э.Шостром выделил 8 типов манипуляторов, которые обьединяются в 4 пары: диктатор – тряпки: вычислитель – прилипала: хулиган – славный парень; судья- защитник.

В качестве реальной альтернативы такому типу отношений между людьми может быть рассмотрено *диалогическое общение*, или как его еще называют, *гуманистическое общение*. В гуманистическом общении происходит открытие человеком иной реальности, отличной от самого себя и своих проекций. Прежде всего – открытие реальности другого человека, его мыслей, чувств, представлений о мире и как следствие- открытие иных горизонтов окружающего мира. Мира, каким он выглядит в восприятии собеседника.

Это равноправное общение, имеющее целью взаимное познание, самопознание и саморазвитие партнеров по общению. Диалог строится на принципиально других, чем монологическое общение началах. Прежде всего- цель диалога. С одной стороны она направлена на самого человека: самопознание, саморазвитие, удовлетворение потребности в понимании. С другой стороны, цель гуманистического общения – другой человек, т. к. только отношение к другому как к ценности позволяет достичь целей, касающихся самого себя. В качестве основополагающих принципов гуманистического общения К. Роджерс выделяет следующие:

1. Конгруэнтность партнеров по общению, т. е. соответствие опыта, его осознание и средств общения, одного партнера опыту, его осознанию и средствам общения другого. Конгруэнтность актуального состояния позволяет человеку вести себя адекватно своим истинным переживаниям, т. к. они осознаются им как имеющие право на существование. Принимая ценность для другого своего личного опыта, человек не считает нужным лицемерить, лукавить с самим собой и партнером и реализует себя в общении в истинном

человеческом качестве. Такая позиция_открывает_человека самому себя и делает его свободным в восприятии партнера, его чувств и переживаний.

2. Безоценочное восприятие личности партнера, априорное доверие к его намерениям. Как отмечают Крижанская , Третьяков, в "гуманистическом общении партнер воспринимается целью, целостно, без разделения на ненужные функции. Речь идет о принятии другого в качестве некоторой безусловной ценности. Принятие другого связано с доверием, готовностью самому раскрыться навстречу другому, стать для него некоторым « обьектом переживания», моментом личного опыта.

3. Восприятие партера как равного, имеющего право на собственное мнение и собственное решение. Человек самой возвышенной души и человек нравственно падший равны друг другу в своей истинной человеческой сути, в одном раскрытой, развившейся, в другом ещё дремлющей, но живой.

4. Проблемный, дискуссионный характер общения, разговор на уровне точек зрения и позиций, а не на уровне аксиом и вечных истин. Диалог разрушается там, где партнёр переходит на язык догм, где нет места спору, возможности не согласится. Ссылки на непререкаемые авторитеты, народную мудрость и вековые наблюдения подтачивают диалог изнутри, ведь за всеми ними собеседник часто прячет свою неготовность предъявить и отстоять личный взгляд на проблему.

5. Персонифицированный характер общения, разговор от имени собственного «Я»: «Я считаю», «Я думаю» и т.д. Г

Гуманистическое общение, как понимал его К.Роджерс, позволяет достичь большой глубины взаимопонимания, самораскрытия партнёров. Способность к такому общению- величайшее благо для человека, т.к. оно обладает психотерапевтическими свойствами, возвращает человеку психическое здоровье, уравновешенность, целостность.

2. Общение как организация и процесс взаимодействия между субъектами (интерактивная сторона общения).

Существует целый спектр теоретических и эмпирических подходов к анализу и пониманию сути человеческого взаимодействия.

В разные годы исследователи, работающие в русле традиции бихевиоризма, делали попытки создать такие теоретические конструкции, которые бы позволяли работать с межличностными отношениями: прогнозировать их, влиять на них. В результате родилось несколько схем, которые в критической отечественной психологии принято объединять в группу с общим названием *теории диадического взаимодействия*. Их авторы Д. Тибо и Г. Келли.

Подход Д. Тибо и Г. Келли очень кратко может быть представлен следующей цепочкой рассуждений.

1. Любое межличностное отношение – это прежде всего взаимодействие, реально наблюдаемый обмен поведенческими реакциями в рамках некоторой ситуации.

2. Это взаимодействие с большой вероятностью буде продолжаться и позитивно оцениваться участниками, если они выгадывают от него.

3. Для того чтобы определить наличие или отсутствие выгоды, каждый участник оценивает взаимодействие с точки зрения знака и величины исхода. Исход – это сумма вознаграждений и потерь, которые приносит с собой данный обмен действиями.

4. Взаимодействие будет продолжаться, если для каждого партнера вознаграждения превосходят потери. При этом и те и другие в большинстве случаев имеют психологическую природу: власть, статус, роль, нормы, удовлетворение социальных потребностей).

5. Процесс получения выгоды для каждого участника усложняется тем, что партнеры имеют возможность влиять друг на друга, то есть контролировать вознаграждения и потери.

Итак, взаимодействие контролируется исходами. Каждый человек наделен некоторой способностью оценивать знак (+, –) и величину своих исходов. Партнеры влияют на исходы друг друга.

Авторами на основе математической теории игр *«дилемма узника»*, был разработан методический прием для изучения типов контроля и исходов, который получил название репертуарной решетки или матрицы исходов.

В эксперименте фигурируют два узника, находящиеся в заточении и лишенные возможности общаться. Строится матрица, в которой фиксируются возможные стратегии их взаимодействия на допросе, когда каждый будет отвечать, не зная точно, как ведет себя другой. Если принять две крайние возможности их поведения: «сознаться» и «не сознаться», то, в принципе, каждый имеет именно эту альтернативу. Однако результат будет различен в зависимости от того, какой из вариантов ответа изберет каждый. Могут сложиться четыре ситуации из комбинаций различных стратегий узников: оба сознаются; первый сознается, второй не сознается; второй сознается, а первый — нет; оба не сознаются. Матрица фиксирует эти четыре возможные комбинации. При этом рассчитывается выигрыш, который получится при различных комбинациях этих стратегий для каждого игрока. Этот выигрыш и является исходом в каждой модели игровой ситуации.

Примерно в двух тысячах исследований студенты университетов сталкивались с различными вариантами дилеммы заключенного, где ценой игры был не срок заключения, а чипсы, деньги или фишки. В этих условиях в любом случае каждому игроку выгодней обособиться (так как при этом можно воспользоваться действиями другого игрока и защититься от его эксплуатации). Однако в том-то вся и загвоздка: не сотрудничая, оба игрока получат гораздо меньше, чем если бы они доверились друг другу и извлекли взаимную выгоду. Эта дилемма зачастую загоняет участников в психологическую ловушку: оба понимают, что *могли бы* взаимно выгадать; но недоверие друг к другу делает сотрудничество невозможным. В подобных дилеммах необузданное стремление к эгоистическим целям может быть гибельным для всех.

В практике социально-психологического обучения и психотерапии бихевиорального толка матрицы исходов успешно применяются как средство

децентрации позиции клиента (умение увидеть ситуацию с другой стороны) и для развития у человека способности видеть ситуацию объемно, со всеми ее плюсами и минусами.

Анализ взаимодействия Р. Бейлса.

Р. Бейлс разработал схему, позволяющую по единому плану регистрировать различные виды взаимодействия в группе. Р. Бейлс фиксировал при помощи наблюдения те реальные проявления взаимодействий, которые можно было увидеть в группе детей, выполняющих некоторую совместную деятельность. Первоначальный список таких видов взаимодействий оказался весьма обширным (насчитывал около 82 наименований) и потому был непригоден для построения эксперимента. Бейлс свел наблюдаемые образцы взаимодействий в категории, предположив, что в принципе каждая групповая деятельность может быть описана при помощи четырех категорий, в которых зафиксированы ее проявления: область позитивных эмоций, область негативных эмоций, область решения проблем и область постановки этих проблем. Тогда все зафиксированные виды взаимодействий были разнесены по четырем рубрикам:

Область позитивных эмоций	1) солидарность
	2)снятие напряжения
	3) согласие
Область решения проблем	4) предложение, указание
	5) мнение
	6) ориентация других
Область постановки проблем	7) просьба об информации
	8) просьба высказать мнение
	9) просьба об указании
Область негативных эмоций	10) несогласие
	11)создание напряженности
	12) демонстрация антагонизма

Двенадцать видов взаимодействия были оставлены Бейлсом, с одной стороны, как тот минимум, который необходим для учета всех возможных видов взаимодействия; с другой — как тот максимум, который допустим в эксперименте.

Схема Бейлса получила довольно широкое распространение, несмотря на ряд существенных критических замечаний, высказанных в ее адрес.

Самое элементарное возражение состоит в том, что никакого логического обоснования существования именно двенадцати возможных видов не приводится, равным образом как и определения именно четырех (а не трех, пяти и т.д.) категорий. Возникает естественный вопрос: почему именно этими двенадцатью характеристиками исчерпываются все возможные виды интеракций?

Второе возражение касается того, что в предложенном перечне взаимодействий нет единого основания, по которому они были бы выделены: в списке присутствуют вперемешку как чисто коммуникативные проявления индивидов (например, высказывание мнения), так и непосредственные

проявления их в «действиях» (например, отталкивание другого при выполнении какого-то действия и т.д.).

Анализ взаимодействия в рамках транзактного анализа Э. Берна предлагает регулирование действий участников взаимодействия через регулирование их позиций, а также учет характера ситуаций и стиля взаимодействия.

Транзактный анализ включает в себя 4 вида анализа: структурный анализ, анализ транзакций, анализ игр, анализ сценария.

Структурный анализ личности. В структуре личности выделяется 3 – эго (Я) состояния: Ребенок, Родитель, Взрослый. Эти состояния ни в коей мере не связаны обязательно с соответствующей социальной ролью: это лишь чисто психологическое описание определенной стратегии во взаимодействия, Детское Я содержит все побуждения, которые возникают естественным образом, а также записи ранних детских переживаний, позиций, реакций в отношении себя и других, принятых в детстве. Выделяют 3 состояния ребенка: естественный, маленький профессор, приспособившийся ребенок. Естественный ребенок чувствует себя свободным, делает что хочет. Маленький профессор – находчивый маленький ребенок в каждой личности, умело манипулирует окружающими. Приспособившийся ребенок – воспитанный ребенок, ведет себя, так как хотели родители. Позиция Ребенка может быть определена как позиция «Хочу!»).

Я – Родитель содержит установки и поведение, перенятое от родителей, формируется в детстве. Выделяют 2 вида Родителя: предубежденный (прекрати, что бы я этого не слышал, сколько раз тебе говорить) и заботливый (бедняжка, отдохни, ты устал). Неполное состояние я – Родителя формируется в результате потери родителя и отсутствия замещающего родителя того же пола. Это состояние выражается в его поведении: некоторые ищут потерянного родителя в других людях (в начальниках, супругах, детях и др.), а другие отвергают всех, кто ведет себя покровительственно. Позиция Родителя может быть определена как позиция «Надо!».

Я – Взрослое – не зависит от возраста личности. Эта форма формируется долго, порой десятилетиями, на него влияет образование, личный опыт. Это зрелая, размышляя часть личности, действия ее продуманы, логичны. Позиция Взрослого – объединение «Хочу» и «Надо».

Актуальное в данный момент эго-состояние человека задает ему определенную позицию в общении, некоторую линию поведения. Внешнее взаимодействие партнеров рождается из взаимодействия между собой их психологических позиций, и в зависимости от того, как эти позиции соотносятся друг с другом, реализуется один из трех типов транзакций: дополнительные (параллельные), пересекающиеся или скрытые.

Анализ транзакций. Транзакция – действие, акция, направленная на другого человека. Транзакция – взаимодействие в общении, которое понимается как взаимодействие определенных позиций.

Выделяют 3 основных типа транзакций: дополнительные, пересекающиеся, скрытые.

Дополнительные транзакции – это взаимодействие, при котором партнеры адекватно воспринимают позицию друг друга, одинаково понимают ситуацию и направляют действия в том направлении, которое ожидается, т.е. оправдывают ожидания друг друга (Родитель–Родитель; Взрослый –Взрослый; Ребенок –Ребенок). Э. Берн называл такое общение «поглаживанием».

Пересекающиеся транзакции возникают тогда, когда на стимул дается неожиданная реакция. Если в равном взаимодействии играет роль передаваемая и полученная информация, то в не равном общении происходит оценка партнеров по общению. Когда один из участников взаимодействия адресуется к другому с позиции Взрослого, а тот отвечает ему с позиции Родителя, то взаимодействие нарушается или может вообще прекратиться.

Скрытые транзакции имеют 2 уровня. Первый уровень – явный, выраженный словесно, социальный. Второй уровень – скрытый, психологический, подразумеваемый (когда говорится одно, а подразумевается – другое). Явное взаимодействие происходит с позиции Взрослый– Взрослый, а скрытое направлено только партнеру: Ребенок – Ребенок. Такие транзакции лежат в основе психологических игр, описанных Э.Берном.

Транзактный анализ дает возможность перестроить взаимодействие, чтобы получить нужный результат.

3. Стратегии взаимодействия.

Классификация стратегий взаимодействия по К. Томасу: сотрудничество (кооперация), соперничество (противодействие), компромисс, подчинение (уступчивость), избегание (уход).

Соперничество (конкуренция) – «Чтобы я победил, ты должен проиграть». Это стратегия поведения оппонента в конфликте, состоящая в ориентации на свои интересы, навязывании другой стороне предпочтительного для себя решения, открытой борьбе по реализации своих интересов. Конфликтная ситуация и особенно ее разрешение воспринимаются как вопрос победы или поражения.

Оправдано в случаях:

- явной конструктивности предлагаемого решения;
- выгодности результата для всей организации, а не для отдельной личности, микрогруппы;
- важности исхода борьбы для проводящего данную стратегию;
- отсутствия времени на уговоры оппонента;
- в экстремальных и принципиальных ситуациях;
- при дефиците времени и высокой вероятности опасных последствий.

В остальных случаях соперничество носит, как правило, деструктивный характер. Основным недостатком этой стратегии является возможность повторных вспышек конфликта из-за ухудшения взаимоотношений.

Приспособление (уступка) – «Чтобы ты выиграл, я должен проиграть»

Это вынужденный или добровольный отказ от борьбы и сдача своих позиций. Выражается в стремлении сохранить или наладить благоприятные отношения, путем сглаживания разногласий, в уклонении от обсуждения спорных вопросов, в согласии с требованиями и претензиями.

*Мотивы принятия***:**

- осознание своей неправоты,
- необходимость сохранения хороших отношений с оппонентом,
- сильная зависимость от него,
- незначительность проблемы,
- значительный ущерб, полученный в ходе борьбы,
- угроза еще более серьезных негативных последствий,
- отсутствие шансов на другой исход,
- давление третьей стороны.

Эта стратегия может быть признана рациональной, если предмет разногласий имеет для человека меньшую ценность, чем взаимоотношения с соперником.

Компромис – «Чтобы каждый из нас что-то выиграл, каждый из нас должен что-то проиграть». Состоит в желании оппонентов завершить конфликт частичными уступками. Компромисс является наиболее часто используемой, конструктивной стратегией завершения конфликтов. *Характеризуется*

- отказом от части ранее выдвигавшихся требований,
- готовностью признать претензии другой стороны частично обоснованными,
- готовностью простить.

*Эффективен в случаях***:**

- понимания оппонентом, что он и соперник обладают равными возможностями;
- наличия взаимоисключающих интересов.

Такая стратегия ведет к уменьшению недоброжелательности, позволяет относительно быстро разрешить конфликт. Вместе с тем есть вероятность появления неудовлетворенности «половинчатыми» решениями.

Уход (Избегание)– «Мне все равно выиграешь ты или проиграешь, но я знаю, что я в этом участия не принимаю». Уход предполагает стремление не брать на себя ответственность за принятие решения, не видеть разногласий, отрицать конфликт, считать его безопасным. Это попытка уйти из конфликта при минимуме затрат. Оппонент переходит к ней после неудачных попыток реализовать свои интересы с помощью активных стратегий. Собственно это не разрешение, а затухание конфликта.

Применяется при:

- отсутствии сил и времени для решения противоречия,
- стремлении выиграть время,
- наличии трудностей в определении линии своего поведения,
- нежелании решать проблему вообще.

Такое поведение уместно, если предмет разногласий не представляет для человека большой ценности, а сам он ориентируется на разрешение ситуации само собой.

Сотрудничество – «Чтобы выиграл я, ты тоже должен выиграть» .

Сотрудничествопредставляет собой поиск решений в конфликте, полностью удовлетворяющих интересам обеих сторон в ходе открытого обсуждения. Наблюдается содержательный и откровенный анализ разногласий в ходе выработки решений.

Сотрудничество предполагает:

– совместный поиск решений, удовлетворяющих все стороны;

– направленность оппонентов на конструктивное обсуждение проблемы

– рассмотрение другой стороны не как противника, а как союзника в поиске решения.

Наиболее эффективно в ситуациях:

– сильной взаимозависимости оппонентов;

– склонности обоих игнорировать различие во власти;

– важности решения для обеих сторон;

– непредубежденности участников.

Сотрудничество рационально, если предмет разногласий имеет одинаково высокую ценность как для Вас, так и для соперника. Это наиболее эффективная, кооперативная стратегия поведения оппонентов в конфликте.

Из перечисленных стратегий поведения предпочтительными являются *компромисс и сотрудничество*. Именно для того, чтобы конфликтующие стороны достигли по меньшей мере компромисса, а возможно, и сотрудничества, необходим глубокий анализ ситуации, применение техник и приемов разрешения конфликтов, что зачастую осуществимо лишь при помощи специалиста.

4. Межличностный конфликт и его характеристика.

Конфликт (от лат. conflictus – столкновение) – столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов субъектов взаимодействия.

Социально-психологический конфликт – вид отношений – межличностных, личности и группы, межгрупповых, - в основе которых лежит объективное противоречие целей, интересов, мнений участников. На психологическом уровне это противоречие проявляется в сильных негативных переживаниях участников по отношению к ситуации, оппонентам и самим себе.

Из этого определения вытекает, что далеко не каждое объективное противоречие превращается в конфликт. Оно должно пройти некоторый путь от собственно противоречия до конфликта как психологической реальности. А конфликт как психологическая реальность обязательно включает переживания участников, которые по своему знаку в большинстве случаев негативны. И

этот факт – наличие острых негативных переживаний – очень многое определяет, делает конфликт тем, чем он для каждого из нас является, - испытанием, тяжелым моментом, болезненной перспективой развития отношений. Эмоции многое запутывают, трансформируют в изначальных противоречиях.

Противоречие, которые лежит в основе СПК, порождает так называемую «объективную конфликтную ситуацию». Это основа будущей проблемы.

Объективная конфликтная ситуация имеет свою обязательную **структуру,** которая графически может быть изображена следующим образом:

Сторона конфликта (внешняя / внутренняя позиция)	Объект конфликта	Сторона конфликта (внутренняя / внешняя позиция)

Р. Битянова выделяет два основных структурных компонента конфликтной ситуации – это стороны конфликта и его объект.

Сторона конфликта представлена конкретными людьми и их целями. Эти цели близки в рамках одной стороны и находятся в противоречии с целями оппонентов – тех, кто составляет другую сторону. Участников в конфликте может быть много, стороны – только две. Каждая сторона занимает в конфликте определенную позицию. Позиция в данном случае – это более или менее точный ответ участников на вопрос, почему я (мы) участвую в конфликте, чего я (мы) добиваюсь.

Внутренняя позиция – это **совокупность мотивов**, реальных интересов, ценностей, **побуждающих** человека или группу **участвовать в конфликте.** Эти побудительные силы далеко **не всегда осознаются** самими участниками, и еще реже предъявляются окружающим. Чаще всего предъявляется внешняя позиция, она представляет собой мотивировку. Которая звучит лично и социально вполне приемлемо, так, что ее не стыдно предъявить миру и в нее не трудно поверить самому. (Сокрытие внутренней позиции далеко не всегда свидетельствует о двуличии человека, о вытеснении им непозволительных желаний, т.к. мы знаем, что осознание мотивов- непростая работа души, особый рефлексивный процесс, на который в ходе конфликта может не хватать ни времени, ни душевных сил).

Объект СПК – это реальный или идеальный предмет, к обладанию которым стремятся все участники данного взаимодействия. Этот объект обладает двумя «неприятными» **свойствами**, которые и превращают его в эпицентр разногласий:

- он неделим, и по убеждению оппонентов может принадлежать только одной стороне весь целиком;
- он обладает разной степенью доступности для участников. Каждый пытается всеми доступными средствами сделать его более доступным для себя и менее доступным для другого. Очень важно, что если для кого-то из участников объект практически недоступен, это ни в коей мере не означает его

близкого поражения. Просто его конфликтные шаги будут более острыми, поступки – экстремальными и эскалирующими конфликт.

Таким образом, если взаимодействие имеет такую структуру (2 стороны и объект), оно имеет много шансов превратиться в настоящий психологический конфликт. Это становится возможным, если объективное противоречие пройдет стадии идентификации и формирования субъективного образа конфликта.

1 стадия. В данном случае под идентификацией понимается нахождение лиц, препятствующих достижению цели. Человек, включенный в систему объективно противоречивых отношений с другими людьми или группой, может долгое время не осознавать этого. Но в какой-то момент его шаги по достижению значимой для него цели оказываются невозможными или неэффективными. Возникает состояние фрустрации.

Противореч.
цели
попытка истинная конфликт.
↓ достижения цели идентификация поведение
Проблем. → **Фрустрация** → **Конфликт.** → **Исход конфликта**
Ситуация ↓ **ложная** ситуация
↑ **идентификация**
Огранич. Фрустрация
ресурсы

Причину происходящего человек может приписывать совершенно различным явлениям: себе, обстоятельствам (безличным), конкретным людям. В том случае, если причину своих неудач в достижении нужного объекта человек припишет другим людям, возникает идентификация, ведущая к конфликту. При этом идентификация может быть истинной и ложной. В первом случае, человек верно приписал другому лицу причину фрустрации. Этот человек (или группа) действительно является его оппонентом и претендует на тот же объект. В случае ложной идентификации оппонент выбирается неверно. Но если по отношению к нему во всем блеске разворачиваются конфликтные действия и ложный оппонент эмоционально втягивается в конфликтные отношения, возникает ложный конфликт, имитирующий настоящий. Только решить его гораздо труднее, т.к. под ним нет никакого объективного основания, кроме выраженного эмоционального неприятия.

Итак, конфликт начинается с того, что люди реагируют друг на друга как на препятствие, блокирующее достижение значимых целей (на фрустрацию). Конфликт является механизмом, который может устранить или уменьшить этот блок, т.е. создать условия для достижения цели.

2 стадия. Следующий шаг по превращению объективного противоречия в психологический конфликт - формирование у оппонентов образа конфликтной ситуации. *Субъективный образ конфликтной ситуации* включает:

- представление о себе в конфликте (о своих потребностях, возможностях, целях, ценностях);
- представления участников конфликта о противоположной стороне, оппонентах (об их потребностях, возможностях, ценностях и целях);
- представление конфликтующих сторон о ситуации, в рамках которой развивается конфликтное взаимодействие.

В конфликте люди взаимодействуют *не друг с другом и не в реальном контексте. Их поведение опосредовано образами конфликтной ситуации*, которые могут более или менее совпадать с некоторой объективной реальностью: реальными целями и возможностями оппонентов, реальными собственными позициями, объективными свойствами среды.

В субъективных образах конфликта происходит творческая переработка человеком изначальной ситуации противоречия. И эта трансформация часто затрудняет успешное разрешение конфликта, что позволило ряду авторов (А.Я.Анцупову и А.И.Шилову) говорить *об искажении объективной конфликтной ситуации, которое происходит в ее субъективном образе. Они выделяют несколько основных направлений искажения*.

- ***Схематизация, упрощение реального конфликта***. Отношения людей многогранны. Они шире любого противоречия. Но поскольку конфликтные отношения слишком ***экспрессивны,*** требуют от человека много психических сил и на анализ всех аспектов взаимоотношений их не хватает, возникает неосознаваемая ***тенденция к субъективному сужению отношений***. Человек ***концентрируется на одной из линий***, той, где ему проще всего развернуть конфликт, и игнорирует прочие линии.
- ***Искажение и уменьшение воспринимаемой перспективы взаимодействия.*** В сознании участников конфликтные отношения как бы замирают, теряют свое будущее. Основная опасность такого рода искажений в том, что оппоненты, совершая свои действия в отношении друг друга, ***не просчитывают, игнорируют их последствия,*** а это приводит к эскалации проблемы.
- ***Поляризация оценок и суждений.*** По отношению к собственному поведению и намерениям партнеров начинают действовать черно-белые, категоричные суждения.
- ***Коммуникативные искажения.*** В коммуникации оппонентов срабатывают разнообразные барьеры, которые фильтруют и искажают информацию, придавая сказанным словам мнимый смысл.
- ***Атрибутивные искажения.*** Проявляются в ***приписывании себе и другому мотивов, личностных качеств, намерений*** в упрощении отношений. ***Свои действия*** объясняют тем, что они ***единственно возможные*** в этой ситуации, или ***вынужденные***, или «***он сам напросился***». ***Действия оппонента*** квалифицируются как ***злонамеренные, изначально ошибочные***. Часто гиперболизируются ***недостатки и отрицательные черты личности***

оппонента. ***Свой же образ*** обрастает ***благородными чертами***: уступчивостью, готовностью к сотрудничеству.

Итак, в **результате названных процессов *из объективной ситуации противоречия рождается социально-психологический конфликт***.

Стадии развития конфликта.

В теоретической модели, разработанной в отечественной психологии Л.А.Петровской, СПК проходит **4 последовательные стадии развития**:

1. возникновения объективной конфликтной ситуации;
2. инцидента;
3. конфликтных действий;
4. исхода.

1. На первой стадии конфликт как психологическая реальность еще не представлен. Это *стадия потенциального конфликта.* Однако в деловых и м/л отношениях существует его реальный зародыш.

2. Вскоре, начав действовать и убедившись в неэффективности или невозможности этих действий, люди испытывают фрустрацию**.** Инциденты и есть формы фрустраций. Это различные события, которые демонстрируют участникам взаимодействия существование некоторой проблемы: не поняли друг друга, не разобрались, не поделили. Суть самой проблемы может быть еще далеко не ясна, но возникают напряженность, размолвки, ссоры. Именно на этой, второй стадии происходит ложная и истинная идентификация и начинает формироваться образ конфликта.

3.*Стадия конфликтный действий* – центральная. На этой стадии отношения оппонентов бурно развиваются, что приводит к ***изменению практически во всех структурных звеньях конфликтной ситуации, меняет самих участников, их позиции, объект и ситуацию вокруг конфликта***. Объект конфликта разрастается и охватывает все зоны отношений, объективно не противоречивые. Изначально деловое, рабочее по сути противоречие, безо всяких на то объективных оснований вдруг растекается и начинает определять личные отношения людей («Да что там работать – я видеть его не хочу»).* Например семейный конфликт из области отношений с родителями мужа или жены плавно распространяется на воспитание детей, проведение свободного времени, интимные отношения, в первую очередь.

В результате действий участников происходит и *изменение уровня доступности объекта.* Борьба за доступность – важный момент в поведении участников на этой стадии. На 3 стадии – конфликтных действий – сами конфликты начинают разбухать, захватывая все новых людей. Так, межличностный, парный конфликт практически всегда перетекает в межгрупповой (за счет того, что каждая сторона организует себе группу поддержки). Вообще эта стадии ставит все на свои места, и расширение числа участников происходит не из-за втягивание в него лишних людей, а просто проявляются, наконец, все заинтересованные лица (бабушки, дедушки, соседний отдел, начальники и т.д.).

4. **Стадия исхода**. В целом можно говорить ***о двух больших возможностях*** решения конфликта: ***создание условий, не допускающих дальнейших инцидентов***, и ***разрешение самого объективного противоречия.***

Снятие инцидента – это попытка притушить конфликт либо переведя его н стадию осознания (без конфликтных действий), либо на стадию неосознаваемой конфликтной ситуации. Этого можно достичь следующими способами:

- *Обеспечение выигрыша одной из сторон*. В этом случае конфликт решается полностью, если проигравшая сторона приняла свое поражение, что встречается очень редко. Победа одной стороны – временное состояние, до ближайшего серьезного инцидента.
- *Снятие конфликта с помощью лжи*. Люди в этом случае действуют по принципу:» нет инцидента – нет конфликта». Это заблуждение. Отношения, содержащие в своей основе объективное противоречие, подтачиваются изнутри личность каждого участника (например, детская тревожность), исподволь разрушают сами отношения.
- *Изменение целевых установок хотя бы одним из участников*. Когда из сторон в силу обстоятельств или в результате переговоров не желает обладать объектом конфликта.
- *Исчезновение самого объекта конфликта по воле участников или помимо их желания.* («И за борт ее бросает»).

Наиболее часто встречаются следующие виды исходов на уровне объективной конфликтной ситуации.

- *Полное физическое или функциональное разведение участников*. Пространственное или социальное разведение сторон, предоставление им дефицитных ресурсов, отсутствие которых привело к конфликту. В этом случае исчезает сама почва для конфликта, но конфликтные отношения сохраняются очень долго, т.к. они не получили своего отреагирования.
- *Внутренне переструктурирование образа ситуации*. Смысл данной меры состоит в изменении внутренней системы ценностей и интересов участников взаимодействия, из-за чего в их глазах блекнет сам объект конфликта или важными становятся отношения с оппонентом. Такая работа психологически очень сложна и требует помощи специалиста. Но именно этот путь может привести к конструктивному разрешению супружеских и семейных конфликтов.
- *Разрешение конфликта через конфронтацию к сотрудничеству*. По своему содержанию близок к предыдущему, но касается деловых конфликтов, которые не затрагивают глубинные отношения людей, а относятся к их социальным или материальным интересам. Такие конфликты разрешаются через специально организованную работу, путем нахождения ***общих интересов и целей***, через сужение зоны разногласий до минимума и заключение договоров о сотрудничестве. Здесь большая роль отводится посреднику, который владеет навыками ведения переговоров и разрешения споров.

Функции конфликта.

Многими исследователями сегодня признается «двуличность» конфликтных отношений. Каждый конфликт таит в себе две возможности: разрушения и созидания, точку роста и точку падения. В социальной психологии этот факт принято обозначать как **конструктивную и деструктивную** функции конфликтов.

В житейской психологии конфликт чаще всего предстает своей разрушительной стороной, поэтому конфликтов избегают, ценностью считают именно бесконфликтное общение.

Конструктивная функция конфликта сводится к тому, что он:

- Является важным источником развития личности, группы, а также межличностных отношений, позволяет им подняться на новую высоту, расширить и изменить сферу и способы взаимодействия;
- Через открытую конфронтацию освобождает группу от подтачивающих ее факторов, снижает вероятность ее застоя и упадка;
- Способствует развитию взаимопонимания между участниками взаимодействия.

Деструктивные функции конфликтов

- отвлечение от решения производственных задач;
- разрушение морально-психологического климата;
- поляризация членов коллектива;
- углубление разногласий;
- препятствование сотрудничеству;
- продуцирования непредсказуемого поведения;
- создание обстановки подозрительности и недоверия;
- снижение продуктивности деятельности.

Тема 10 Общение как обмен информацией между субъектами

1 Коммуникация как процесс установления контактов между субъектами взаимодействия.

2 Модель коммуникативного процесса Г. Лассуэлла.

3 Средства коммуникации.

4 Коммуникативные барьеры

1 Коммуникация как процесс установления контактов между субъектами взаимодействия

В ходе общения одним из важнейших аспектов взаимодействия выступает обмен разнохарактерными сведениями: образами, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и пр. Все это может быть рассмотрено как разнообразная информация, и в этом случае общение предстает перед нами как коммуникативный процесс. Коммуникативные процессы между людьми существенно отличаются от информационного обмена в технических устройствах; межличностная коммуникация и по своему содержанию, и по своей форме обладает важными специфическими особенностями.

1. В коммуникативном процессе важную роль играет каждая из сторон: взаимное информирование предполагает налаживание совместной деятельности. Особую роль играет значимость, понятность и осмысленность информации.

2. При обмене информацией возникает психологическое воздействие одного коммуникатора на другого с целью изменения его поведения. Эффективность коммуникации измеряется именно тем, насколько удалось это воздействие. Это означает изменение самого типа отношений. Ничего похожего не происходит в «чисто» информационных процессах.

3. Коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно лишь тогда, когда человек, направляющий информацию (коммуникатор), и человек, принимающий ее (реципиент), обладают единой или сходной системой кодификации и декодификации, т.е. все должны говорить на одном языке. Только принятие единой системы значений обеспечивает возможность партнеров понимать друг друга.

4. Информация всегда меняется в процессе коммуникации, что обусловлено влиянием самых разных факторов (характером полученной информации; изменениями во внешней среде; эмоциональные состояния субъектов и т.д.).

5. Отличительной чертой межличностной коммуникации является наличие психологической обратной связи. Информация в общении не просто передается от одного партнера к другому, а именно обменивается. Соответственно и основной задачей информационного обмена в общении является не простой перевод информации в прямом или обратном направлении, а выработка общего смысла, единой точки зрения и согласия по поводу той или иной ситуаций или проблемы общения. Для решения этой задачи в рамках общего информационного процесса работает особый механизм, характерный исключительно для межличностного общения, – механизм *обратной связи*. Смысл данного механизма состоит в том, что в межличностной коммуникации процесс обмена информацией как бы удваивается, и помимо содержательных аспектов информация, поступающая от реципиента к коммуникатору, содержит сведения о том, как реципиент воспринимает и оценивает поведение коммуникатора. Таким образом, обратная связь – это информация, содержащая реакцию реципиента на поведение коммуникатора. Цель предоставления обратной связи – помощь партнеру по общению в понимании того, как воспринимаются его поступки, какие чувства они вызывают у других людей.

Передача коммуникатору обратной связи может осуществляться различными путями. Прежде всего, говорят о прямой и косвенной обратной связи. В первом случае, информация, поступающая от реципиента, в открытой и недвусмысленной форме содержит реакцию на поведение говорящего. Это могут быть открытые высказывания типа «Мне неприятно то, что ты говоришь», «Я с трудом понимаю, о чем сейчас идет речь» и т. д., а также жесты и различные проявления чувств досады, раздражения, радости и

другого. Такая обратная связь обеспечивает адекватное понимание ее коммуникатором, создает условия для эффективного общения.

Косвенная обратная связь – это завуалированная форма передачи партнеру психологической информации. Для этого часто используются различные риторические вопросы, насмешки, иронические замечания, неожиданные для партнера эмоциональные реакции. В данном случае коммуникатор должен сам догадываться, что именно хотел оказать ему партнер по общению, какова же на самом деле его реакция и его отношение к коммуникатору.

2 Модель коммуникативного процесса Г. Лассуэлла.

Модель коммуникации Лассуэла — первая модель, предложенная для описания коммуникации. Он был участником исследовательской группы, созданной в 40-х годах XX века при Йельском университете, которая работала над проектом, получившим название «Программа исследования коммуникаций». Г. Лассуелл тщательно проанализировал элементы, из которых складывается процесс убеждения. Основная формула данного подхода: «Кто и что сказал, кому, каким образом и с каким результатом?». Соответственно, исследуемыми независимыми переменными выступали – *источник информации* («кто?», т.е. специалист или неспециалист), *сообщение* («что?», включая содержание и структуру сообщения), *свойства реципиента* («кому?», например, самооценка и уровень интеллекта) и *канал* коммуникации (передано ли сообщение письменно или устно).

Эффективность процесса воздействия зависит как от характеристик каждого из названных элементов, так и от их сочетания, то есть от тех конкретных ситуаций, в которых агент влияния пытался убеждать реципиента.

1. **Коммуникатор (агент влияния).** Участники Йельского проекта вполне обоснованно утверждали, что доверие (кредитность), вызываемое источником информации, может стать для человека основным побудительным мотивом для формирования новой установки или изменения старой. К характеристиками агента влияния, вызывающими доверительное отношение аудитории, авторитета, обычно относят *привлекательность, обаяние, сходство с реципиентом*. Все вместе и каждая по отдельности эти характеристики способствуют именно периферийному способу восприятия информации, а не центральному, основному.

2. **Характеристика убеждающего сообщения.** Эффект убеждения зависит от содержания сообщения, от того, как оно сформулировано и в какой форме преподнесено. Процесс убеждения предполагает рационально-взвешенное, эмоционально-нейтральное изложение и восприятие информации. Но разума без чувств не существует. Поэтому даже апелляция к разуму обязательно вызывает чувства. Поэтому воздействие на установки чаще всего происходит с использованием явных или замаскированных угроз, призванных вызвать у людей чувство тревоги и страха, чтобы сделать их более внушаемыми. В связи с этим, начиная с 1950-х годов, психологи спорят о том, какая степень тревоги и страха, вызванных сообщением, в большей мере способствует формированию

и изменению установок? Психологические исследования влияния утверждают, что обращение к чувству страха приводит к неоднозначным результатам. Низкий уровень страха не производит должного эффекта. Чрезвычайно угрожающая реклама включает у зрителей и слушателей защитные механизмы, вызывая отторжение и неприятие, так что сообщение все равно не доходит до большинства аудитории.

Рональд Роджерс предложил учитывать следующие четыре условия, которые должны соблюдаться в содержащем запугивание сообщении.

1. Указание на вероятность опасных последствий, если не будут выполнены рекомендации.

2. Соблюдение меры при описании этих негативных последствий.

3. Наличие в сообщении информации о том, как избежать грядущей опасности.

4. Возникновение у реципиента (аудитории) уверенности в том, что предлагаемые рекомендации выполнимы, так что каждый человек может ими воспользоваться.

Эффект хорошего настроения. Информация становится более убедительной, когда она ассоциируется с позитивными чувствами, т.к. стимулирует позитивное мышление. В хорошем настроении люди принимают более быстрые, более импульсивные решения, в большей степени полагаются на косвенные намеки. В плохом настроении – дольше раздумывают, прежде чем решиться на что-то новое.

*3***. Канал коммуникации** - *способ, которым передается сообщение*

Действенность сообщения зависит от того, какие средства используются для его передачи. Выбор средств предопределяется теми целями, которые ставит перед собой агент влияния. Наиболее эффективно – личное влияние, личный контакт. Если он хочет что-то внушить или просто познакомить аудиторию с какой-то точкой зрения, тогда лучше использовать визуальные (видеозапись, телетрансляцию) или аудиальные средства.

Если же сообщение содержит сложную для понимания информацию и ставится цель убедить или переубедить людей, то есть основательно сформировать или изменить установки, тогда лучше использовать письменную форму передачи сообщений.

4. **Реципиент.** Попытки выявить связь между личностными особенностями и восприимчивостью к влиянию часто приводили исследователей к неоднозначным результатам. Тем не менее, некоторым психологам удалось обнаружить в высокой степени достоверную зависимость между определенными личностными чертами людей и их восприимчивостью к определенному типу воздействия. Так, например, Марк Снайдер и Кеннетде Боно (1987) выяснили, что люди *с высоким уровнем самомониторинга*, будучи более чуткими к требованиям ситуации, легче поддаются косвенному способу убеждения, в которой превалирует образность. Более того, люди такого типа не только предпочитали эмоциональную рекламу, но и старались поскорее попробовать эмоционально рекламируемую продукцию, даже переплачивая за нее. И наоборот, *люди с низким уровнем самомониторинга,* больше полагающиеся на собственные убеждения и мнения, то есть на себя самих, предпочитали в рекламе не образность, а информацию о качествах товаров, о характере продукции, т.е. лучше реагируют на прямой способ убеждения.

Уровень интеллекта — еще одна личностная черта, оказывающая влияние на восприятие содержания убеждающего сообщения. Как установил У. Мак-Гуайр (1986), интеллектуально развитые люди легче, чем мало интеллектуальные, понимают сложные сообщения. Кроме того, интеллектуалы вообще менее склонны соглашаться с убеждающими сообщениями, поскольку они более уверены в своей позиции.

Таким образом, люди с высоким уровнем интеллекта поддаются убеждению лишь тогда, когда сообщение хорошо, всесторонне аргументировано, в том числе с использованием сложных доказательств. И наоборот, мало интеллектуальные люди легко поддаются убеждению и переубеждению, даже если сообщение малоубедительно, то есть логически слабо аргументировано.

До сих пор остается открытым вопрос о том, в одинаковой или различной степени восприимчивы к убеждению и переубеждению мужчины и женщины? Столь же неоднозначно мнение психологов относительно различий в податливости влиянию людей с низкой и высокой самооценкой. С одной стороны, исследования Ирвина Джениса и Пола Филда (1959) показало, что установки легче изменяются у индивидов с низкой, чем с высокой самооценкой. С другой стороны, более поздние исследования, где применялся более широкий набор тестов, показали, что это не так и что уровень самооценки не всегда влияет на степень подверженности убеждению и внушению.

Возраст. Социальные и политические установки людей сильно отличаются в зависимости от возраста. Эти различия объясняются последствиями смены поколений*:* установки людей более старшего возраста, усвоенные ими в молодости, практически не меняются, поэтому они серьезно отличаются от тех, которые усваиваются молодежью сегодня; наблюдается разрыв поколений. Это связано с тем, что подростковый возраст и начальный период зрелости являются очень важными для формирования жизненных установок (Krosnick & Alwin, 1989). Взгляды и позиции, сформированные в этот период жизни, имеют тенденцию оставаться неизменными**.**

3* Средства *коммуникации.

В процессе общения обмен информацией между его участниками осуществляется как на вербальном, так и невербальном неречевом уровне.

На основном, вербальном, уровне в качестве средства передачи информации используется человеческая речь. Речь является самым универсальным средством коммуникации, т.к. в этом случае менее всего теряется смысл сообщения, но при этом должна сопутствовать высокая степень общности понимания ситуации. Посредством речи не просто «движется информация», но участники коммуникации особым способом воздействуют друг на друга, ориентируются друг на друга, убеждают друг друга, т.е. стремятся достичь определенного изменения поведения. При вербальной коммуникации используется устная и письменная речь. *Письменная речь* – словесное общение при помощи письменных текстов. Она протекает в более медленном темпе, чем устная речь, позволяет многократно обращаться к написанному. *Устная речь* – словесное общение при помощи языковых средств, воспринимаемых на слух. Преимущество устной речи перед письменной состоит в экономности, что выражается в необходимости использования меньшего количества слов.

Однако в общение, помимо этого универсального знакового средства, включены и другие знаковые системы, в целом называемые *невербальной коммуникацией.* Невербальные средства являются важным дополнением речевой коммуникации, естественно вплетаются в ткань межличностного общения. Их роль определяется не только тем, что они в состоянии усилить или ослабить речевое влияние коммуникатора, но и в том, что они помогают выявить участникам общения намерения друг друга, делая тем самым процесс коммуникации более открытым. По оценкам специалистов невербальный коммуникационный канал по сравнению с вербальным несет большую информационную нагрузку: при помощи языка тела люди передают от 60 до 70% всей информации в процессе общения. Невербальные средства общения, несмотря на свою подчиненность языку, обладают относительной самостоятельностью. Поэтому многие исследователи и психологи-практики именно невербальной коммуникации отводят решающее значение при изучении искренности человека. Например, многолетние исследования американского психолога Пола Экмана позволили выявить закономерности в мимических микровыражениях, в изменении голоса, в вегетативных проявлениях (румянец, пот, учащенное дыхание) в ситуациях, когда человек обманывает. Этот ученый стал прототипом главного героя сериала «Обмани меня» о расследовании преступлений психологами, изучающими микровыражения человеческих лиц во время лжи.

Невербальные средства общения помогают людям ориентироваться в различных социальных ситуациях и регулировать свое поведение, глубже понимать друг друга и соответственно строить свои отношения, быстрее воспринимать социальные нормы и корректировать свои действия. Таково общее назначение невербального общения, которое может быть выражено более конкретно в ряде его *информационных функций*.

Невербальное общение позволяет передать информацию:

– о признаках расовой (национальной), социальной и социально-демографической принадлежности человека;

– о его физическом и психологическом состоянии;

– об эмоциональном отношении человека к чему-то, кому-то или к какой-то ситуации;

– о возможных вариантах поведения и способах действий человека в тех или иных ситуациях;

– о степени воздействия на человека тех или иных событий, мероприятий, обстоятельств и т. п.;

–) о психологическом климате в группе и даже об общей атмосфере в обществе;

– особенно важная функция невербального общения заключается в обмене информацией о личностных и индивидуальных свойствах между субъектами общения, таких как их отношение к людям, их самооценка, энергичность, склонность к доминантности, общительность, темперамент, скромность, невротичность и т. д.

Невербальные средства общения, несмотря на свою подчиненность языку, обладают относительной самостоятельностью. Их формирование обусловлено влиянием конкретной культуры и они не всегда осознаются человеком. Поэтому многие исследователи и психологи-практики именно невербальной коммуникации отводят решающее значение при изучении искренности человека. Например, многолетние исследования американского психолога Пола Экмана позволили выявить закономерности в мимических микровыражениях, в изменении голоса, в вегетативных проявлениях (румянец, пот, учащенное дыхание) в ситуациях, когда человек обманывает. Этот ученый стал прототипом главного героя сериала «Обмани меня» о расследовании преступлений психологами, изучающими микровыражения человеческих лиц во время лжи.

Среди невербальных средств общения выделяют ряд систем: 1) оптико-кинетическую, 2) пара- и экстралингвистическую, 3) организацию пространства и времени коммуникативного процесса, 4) визуальный контакт.

К *оптико - кинетической системе* относятся воспринимаемый внешний вид и выразительные движения человека — жесты, мимика, позы, походка и так далее. Они во многом являются зеркалом, проецирующим эмоциональные реакции человека, которые мы как бы «считываем» в процессе общения, пытаясь понять, как другой воспринимает происходящее.

Паралингвистическая система – это система вокализации, т.е. качество голоса, его диапазон, тональность.

Экстралингвистическая система — включение в речь пауз, других вкраплений, например покашливания, плача, смеха, наконец, сам темп речи. Все эти дополнения увеличивают семантически значимую информацию, но не посредством дополнительных речевых включений, а «околоречевыми» приемами.

Организация пространства и времени (проксимика) коммуникативного процесса выступает также особой знаковой системой, несет смысловую нагрузку как компонент коммуникативной ситуации. Так, например, размещение партнеров лицом друг к другу способствует возникновению контакта, символизирует внимание к говорящему, в то время как окрик в спину также может иметь определенное значение отрицательного порядка. Экспериментально доказано преимущество некоторых пространственных форм организации общения как для двух партнеров по коммуникативному процессу, так и в массовых аудиториях. Так, Холл зафиксировал, например, нормы приближения человека к партнеру по общению, свойственные американской культуре: интимное расстояние (0—45 см); персональное расстояние (45—120 см); социальное расстояние (120—400 см); публичное расстояние (400—750 см). Особое место занимают ситуации, характеризующиеся постоянным специфическим сочетанием пространственно-временных координат, так называемые «хронотопы». Описан, например, хронотоп «вагонного попутчика». Специфическая ситуация близкого, в пространственном плане, общения двух чужих людей на протяжении довольно значительного времени приводит к неожиданным психологическим эффектам. Именно так можно объяснить удивительную откровенность, которую допускают в отношении себя люди в общении с «вагонным попутчиком». В литературе описан также хронотоп «больничной палаты».

4 Коммуникативные барьеры

Коммуникативные барьеры. Адекватность восприятия информации зависит от наличия или отсутствия в процессе общения *коммуникативных барьеров*. В самом общем смысле *коммуникативный барьер — это психологическое препятствие на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению.* В случае возникновения барьера информация искажается или теряет изначальный смысл, а в ряде случаев вообще не поступает к реципиенту.

А.А. Бодалев выделяет *барьеры понимания, барьеры социально-культурных различий и барьеры отношения.*

Возникновение *барьера понимания* связано с разными причинами. Например, непонимание может возникнуть из-за погрешностей в самом канале передачи информации (*фонетический барьер*), когда участники общения говорят на различных языках и диалектах, имеют существенные дефекты речи и дикции, искаженный грамматический строй речи. Такого рода барьеры порождаются невыразительной речью, речью-скороговоркой, речью с большим количеством слов-паразитов, использованием в речи неречевых проявлений голоса (смешки, хихиканье, хныканье, шепот, крик, вздохи и пр.).

Прежде всего, оно возникает, Барьер фонетического непонимания порождает также невыразительная быстрая речь, речь — скороговорка и речь с большим количеством звуков-паразитов.

Непонимание также возникает, если собеседники используют разную систему значения слов (*семантические барьеры непонимания*). Семантические барьеры возникают, когда партнер понял не то, что ему сказали, или исказил

смысл. Причинами семантических барьеров могут быть социальные, религиозные, профессиональные, национальные, культурные различия, многозначность используемых слов.

Разновидностью барьера понимания является *стилистический барьер, в*озникающий при несоответствии стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля речи и актуального психологического состояния партнера по общению. Стилистический барьер возникает когда информация при непосредственном вербальном общении, подается книжным, канцелярским языком. Научный стиль более понятен при чтении, восприятие же его на слух затруднено. К тому же доказано, что лучше всего запоминается фраза, состоящая из 4-14 слов, 15-18 слов — запоминаются уже хуже, из 18—25 слов — удовлетворительно, фраза, насчитывающая свыше 30 слов, на слух практически не воспринимается. Поэтому для преодоления стилистического барьера необходимо не только хорошо структурировать информацию, вкладывать содержание адекватно форме, но и говорить кратко и в том темпе и ритме, который наиболее ситуативно уместен и подходит чартеру по общению.

Логический барьер непонимания возникает в случаях, когда логика рассуждения коммуникатора — отправителя информации слишком сложна для восприятия реципиента — получателя информации. Так можно говорить о существовании «женской», «мужской», «детской», профессиональной логики. Основная проблема непонимания связана с особенностями мышления общающихся. Например, у одного партнера преобладает абстрактно-логическое мышление, у другого — наглядно-образное или наглядно-действенное.

Барьеры социально-культурного различия возникают в результате социальных, политических, религиозных, профессиональных различий. Данные различия могут приводить к разной интерпретации одних и тех же понятий, используемых в процессе коммуникации. В качестве барьера может выступать и само восприятие партнера по общению как представителя определенной профессии, национальности, пола, возраста.

Барьеры отношения возникают вследствие таких чувств, как: неприязнь, недоверие к коммуникатору, которое распространяется и на передаваемую им информацию.

Рассматривая сущность явления психологического барьера нельзя не заметить, что любой психологический барьер – это прежде всего защита, которую выстраивает реципиент на пути предлагаемой ему информации.

Тема 11 Общение как процесс восприятия и познания людьми друг друга.

1.Понятие о социальной перцепции.

2.Механизмы взаимопонимания и установления эмоциональных отношений.

3.Факторы, влияющие на процесс межличностного восприятия и познания

4. Эффекты восприятия и познания в процессе общения

1. Понятие о социальной перцепции, ее механизмы

Социальных психологов давно интересует наше восприятие социальной среды: что лежит в основе наших суждений, интерпретаций и решений, касающихся других людей? Мы часто предполагаем, что наши реакции отражают реальные образы этих других людей. Психологи расширяют это утверждение и говорят, что большая часть *реальности* находится в глазах — и умах — воспринимающих ее людей. Наши реакции рассказывают очень многое о нас самих, являются продуктом наших личных склонностей, мыслей и чувств. Наши собственные ожидания и установки влияют на то, каким мы видим наш социальный мир, и заставляют нас делать определенные выводы, предпочитая их другим. Мы часто видим то, что готовы увидеть, либо потому что сосредоточиваемся на отдельных элементах информации и не обращаем внимания на другие (особенно те, которые касаются социального контекста), либо потому что сохраняем в памяти искаженные воспоминания о людях. Тем не менее, эти перцептивные пристрастия также очень ценны, поскольку они помогают нам организовать и осмыслить хаотическую массу информации, которая обрушивается на нас непрерывным потоком.

Первое исследование формирования впечатлений, процесса, благодаря которому мы создаем свои впечатления о других, было опубликовано в 1946 году Соломоном Эшем. Автор подчеркивал, что люди чрезвычайно быстро формируют свое суждение о другом человеке и не склонны его изменять. Эти идеи продолжают вдохновлять исследователей человеческого восприятия. Изначально исследование формирования впечатлений было сосредоточено на вопросе, как мы соединяем столь разнообразную информацию о человеке в единое впечатление. Один из ответов, предложенных в ранних исследованиях, таков: мы комбинируем информацию в средневзвешенную, в которой каждая частица информации о человеке взвешивается с точки зрения ее относительной важности (Андерсон).

Функции межличностной перцепции: установление взаимопонимания; установление эмоциональных отношений; познание партнера по общению; познание себя.

2.Механизмы взаимопонимания и установления эмоциональных отношений.

В процессе восприятия и оценки другого человека выделяют ряд универсальных психологических механизмов, позволяющих осуществлять переход от внешне воспринимаемого к оценке, отношению и прогнозу. К ним относятся – стереотипизация, идентификация, рефлексия, и эмпатия.

Стереотипизация - классификация форм поведения и интерпретация (иногда без каких-либо оснований) их причин путём отнесения к уже известным или кажущимся известными явлениям, т.е. к социальным стереотипам. Стереотип – устойчивое представление о каких либо людях, как представителях той или иной социальной группы. Стереотипизация может складываться как результат обобщения личного опыта субъекта межличностного восприятия, к которому присоединяются сведения,

полученные из книг, фильмов, СМИ, запомнившиеся высказывания знакомых и т.д. Эти знания могут быть не только сомнительными, но и ошибочными, наряду с правильными заключениями могут оказаться глубоко неверные. И стереотипы межличностного восприятия, сформировавшиеся на их основе, используются как проверенные эталоны понимания других людей, что способствует ошибочному познанию людей и деформируют процесс общения с ними (напр. Расизм– как предубеждение).

Идентификация- механизм познания другого человека через осознанное или бессознательное уподобление его характеристикам самого субъекта. В ситуациях взаимодействия люди строят предположения о внутреннем состоянии, намерениях, мыслях, мотивах и чувствах другого человека на основе попытки поставить себя на его место. Идентификация имеет особое личностное значение на определенном возрастном этапе, приблизительно в старшем подростковом и юношеском возрасте, когда она во многом определяет характер отношений между юношей и значимыми для него взрослыми или сверстниками (например, отношение к кумиру).

Но субъекту общения важно не только отстранённо, со стороны понять другого человека, но и принять во внимание, как индивид, вступивший с ним в общение, будет воспринимать его самого. Осознание субъектом того, как он сам воспринимается партнёром по общению, выступает в форме *рефлексии.* Рефлексия входит в состав восприятия другого человека. Понять другого означает осознать его отношение к себе как к субъекту восприятия (это подобно удвоенному зеркальному отражению – человек, отражая другого, отражает и себя в зеркале восприятия этого другого).

Эмпатия – способность эмоционального отклика на переживания другого человека, проникновение в его чувства (сочувствие, сопереживание). В отличие от идентификации, ситуация не столько продумывается, сколько прочувствывается. Эмпатия основана на умении правильно представлять себе, что происходит в душевном мире другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир. Эмпатия тем выше, чем лучше человек способен представить себе, как одно и то же событие будет воспринято разными людьми, и чем больше он допускает право на существование разных точек зрения. Большое значение имеет и личный опыт разнообразных душевных переживаний, т.к. трудно вообразить существование в душе другого чувств, которые сам никогда не испытывал.

Р. Бернс приводит потенциальные характеристики человека, способного к эмпатии: 1) проявляет терпимость к выражению эмоций со стороны другого человека; 2)способен глубоко вникнуть в субъективный внутренний мир своего подопечного, не раскрывая при этом своего собственного мира; 3)готов адаптировать своё восприятие к восприятию другого человека, чтобы достичь ещё большего понимания того, что с ним происходит.

3. Эффекты восприятия и познания в процессе общения

Эффект ореола (галла эффект). Сущность «эффекта ореола» заключается в формировании специфической установки на воспринимаемого через направленное приписывание ему определенных качеств: информация, получаемая о каком-то человеке, категоризируется определенным образом, а именно — накладывается на тот образ, который уже был создан заранее. Этот образ, ранее существовавший, выполняет роль «ореола», мешающего видеть действительные черты и проявления объекта восприятия. Эффект ореола проявляется при формировании первого впечатления о человеке в том, что общее благоприятное впечатление приводит к позитивным оценкам и неизвестных качеств воспринимаемого и, наоборот, общее неблагоприятное впечатление способствует преобладанию негативных оценок. В экспериментальных исследованиях установлено, что эффект ореола наиболее явно проявляется тогда, когда воспринимающий имеет минимальную информацию об объекте восприятия, а также когда суждения касаются моральных качеств. Эта тенденция затемнить определенные характеристики и высветить другие и играет роль своеобразного ореола в восприятии человека человеком. Чаще всего эффект ореола проявляется, когда субъект восприятия располагает минимальной информацией о воспринимаемом. Но этот эффект обнаруживается и при восприятии знакомого человека в условиях ярко выраженного эмоционального отношения к нему.

Факторами возникновения эффекта ореола являются: 1) превосходство; 2)привлекательность; 3) отношение к нам.

Первая схема социального восприятия начинает работать в ситуации неравенства партнеров (точнее, когда наблюдатель ощущает превосходство партнера по какому-то важному для него параметру — уму, росту, материальному положению или другое). Суть происходящего дальше состоит в том, что человек, который превосходит наблюдателя по важному параметру, оценивается им значительно выше и по остальным значимым параметрам. Иначе говоря, происходит его общая личностная переоценка. При этом, чем неувереннее чувствует себя наблюдатель в данный момент, в данной конкретной ситуации, тем меньше надо для запуска этой схемы. Так, в экстремальной ситуации люди часто готовы доверять тем, кого не стали бы слушать в спокойной обстановке.

Вторая схема связана с восприятием партнера как чрезвычайно привлекательного внешне. Ошибка привлекательности состоит в том, что внешне привлекательного человека люди также склонны переоценивать по другим важным для них психологическим и социальным параметрам. Так, в экспериментах показано, что более красивых по фотографиям людей оценивают как более уверенных в себе, счастливых и искренних, а красивых женщин мужчины были склонны считать более заботливыми и порядочными.

Наконец, третья схема восприятия партнера запускается его отношением к нам. Ошибка восприятия состоит в данном случае в том, что людей, которые хорошо к нему относятся или разделяют какие-то важные его идеи, человек склонен оценивать выше и по прочим показателям.

Тесно связаны с этим эффектом и *эффекты «первичности» и «новизны»*. Оба они касаются значимости определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем. В одном эксперименте четырем различным группам студентов был представлен некий незнакомец, о котором было сказано: в 1-й группе, что он экстраверт; во 2-й группе, что он интроверт; в 3-й группе — сначала, что он экстраверт, а потом, что он интроверт; в 4-й группе — то же, но в обратном порядке. Всем четырем группам было предложено описать незнакомца в терминах предложенных качеств его личности. В двух первых группах никаких проблем с таким описанием не возникло. В третьей и четвертой группах впечатления о незнакомце точно соответствовали порядку предъявления информации: предъявленная ранее возобладала. Такой эффект получил название «*эффекта первичности*» и был зарегистрирован в тех случаях, когда воспринимается незнакомый человек. Напротив, в ситуациях восприятия знакомого человека действует «*эффект новизны*», который заключается в том, что последняя, т.е. более новая, информация оказывается наиболее значимой.

Эффект снисходительности - результат проецирования. Человек переносит свои собственные качества на других людей, часто в преувеличенном виде. В свою очередь, сумма приписанных свойств даёт человеку возможность сформировать определённое отношение к наблюдаемому. Это отношение чаще всего носит эмоциональный характер и располагается в пределах континуума «нравится - не нравится».

Тема 12 Малая группа как социально - психологический феномен

1. ***Понятие малой группы, ее отличительные признаки и виды***
2. ***Структура малых групп.***
3. ***Формирование и развитие малой группы***
4. ***Групповая сплоченность***

1. Понятие малой группы, ее отличительные признаки и виды

В социальной психологии имеются разнообразные определения малой группы. Вот некоторые из них.

Р. Бейлз понимает под малой группой любое количество лиц, находящихся во взаимодействии друг с другом в виде одной непосредственной встречи или ряда встреч. В этом определении акцент делается на наличии непосредственного взаимодействия между людьми.

Р. Мертон считает, что группа – это совокупность людей, которые определенным образом взаимодействуют друг с другом, осознают свою принадлежность к ней и воспринимаются другими людьми как принадлежащие к ней.

Д. Картрайт, А. Зингер, Т. Ньюком полагают, что основанием для выделения малой группы являются число составляющих ее членов, а также частота и продолжительность взаимодействия между индивидами в группе.

Г. Хоманс также подчеркивает, что частота взаимодействия, его длительность и порядок — главные характеристики понятия «малая группа».

Г. М. Андреева определяет малую группу *как немногочисленную по составу группу, члены которой объединены общей деятельностью и находятся в непосредственном личном контакте, что является основой для возникновения групповых норм, процессов и межличностных отношений.* В соответствии с этим определением два признака создают основу для возникновения малой группы как психологического феномена: совместная деятельность в ее психологическом аспекте — ценности, цели, задачи и способы взаимодействия — и непосредственный контакт, то есть возможность организации межличностного общения. На этой основе возникает и развивается собственно малая группа, как социально-психологическое явление.

А. И. Донцов, развивая данное определение, выделяет 8 признаков, характеризующих взаимодействие людей в малой группе:

1. Регулярно и продолжительно контактируют лицом к лицу, без посредников;
2. Обладают общей целью, реализация которой позволяет удовлетворить их значимые потребности и интересы;
3. Участвуют в общей системе распределения функций и ролей во внутригрупповом взаимодействии;
4. Разделяют общие нормы и правила взаимодействия внутри группы и межгрупповых ситуациях;
5. Удовлетворены членством в группе и поэтому испытывают чувство солидарности и благодарности группе;
6. Обладают ясным и дифференцированным представлением друг о друге;
7. Связаны стабильными эмоциональными отношениями;
8. Представляют себя как членов одной группы и аналогично воспринимаются со стороны.

Можно ли назвать конкретное число либо хотя бы формулу для его определения? Интерес к этим вопросам возник чуть позже, чем начались интенсивные исследования в области малых групп. В результате чего можно констатировать следующую ситуацию: большая часть исследований особенностей малых групп проведена на диадах, то есть парах, однако при этом есть все основания считать, что настоящая малая группа начинается с триады. Диада представляет собой весьма специфическую малую группу, многие структуры и процессы разворачиваются и протекают в ней не в полном объеме, приобретают усеченную форму.

Попытки установить для малой группы однозначный «верхний предел» также можно считать неудовлетворительными. Понятно, что он находится не выше уровня 2—3 десятков. А конкретно? Для учебной группы — один предел, для тренинговой — другой, для спортивной команды — третий... Наиболее удачным можно признать функциональный подход к определению верхней границы малой группы. Его суть в следующем: в группе столько человек, скольких можно эффективно объединить для достижения данной конкретной

цели. Психологическое содержание совместной деятельности задает возможное число участников данной группы.

Виды групп. Малые группы могут быть классифицированы по следующим основаниям:

1. Непосредственность контактов (автор классификации – Ч. Кули).

Выделяются первичные и вторичные группы. *Первичные группы* – это группа людей, между членами которой устанавливаются взаимоотношения, основанные на личностных особенностях (семья, группа друзей и т.д.). Вторичная группа – группа людей, взаимодействие которых обусловлено не эмоциональными связями, а стремлением к достижению определенных целей.

2. Общественный статус (автор классификации – Э. Мэйо). Малые группы могут быть формальными и неформальными.

Формальная группа – группа, в которой позиции и роли ее членов предписаны официально и выражены в соответствующих нормах и предписаниях.

Неформальная группа – группа, в которой позиция каждого члена группы определяется не предписанными, а эмоциональными предпочтениями и симпатиями.

3. Степень значимости группы для индивида (автор классификации – Г. Хаймен).

Термин «референтная группа» был введен американским социальным психологом Г. Хайменом в 1942 г. в исследовании представлений личности о собственном имущественном статусе по сравнению со статусом других людей. Хаймен не дал определения этого понятия. Он просто использовал его для обозначения группы людей, с которой испытуемый сравнивал себя при определении своего статуса. Результатом сравнения с референтной группой являлась самооценка испытуемым своего статуса. Эта самооценка статуса трактуется Г. Хайманом как зависимая переменная, поскольку она имела отношение к той референтной группе, которую испытуемый использовал как отправную точку, как систему отсчета.

Позже понятие «референтная группа» было использовано Т. Ньюкомом в несколько ином значении, а именно для обозначения *группы, к которой индивид причисляет себя психологически» и поэтому разделяет ее цели и нормы и ориентируется на них в своем поведении.*

Т. Ньюком выделил *позитивные и негативные* референтные группы. Под первыми понимаются такие группы, нормы и ориентации которых принимаются индивидом и которые вызывают у индивида стремление быть принятым этими группами. Отрицательной референтной группой считается такая группа, которая вызывает у него стремление выступить против нее и членом которой он не хочет себя считать.

Окончательное утверждение понятия «референтная группа» в западной социальной психологии (конец 40-х — начале 50-х гг.) связано с работами М. Шерифа и Р. Мертона. М. Шериф также подчеркивал важность референтной группы в связи с тем, что *ее нормы превращаются в социальные установки индивидов, в систему отсчета» не только для самооценки, но и для оценки*

явлений социальной жизни, для формирования своей «картины мира. Он предложил проводить различие между актуальной группой «членства» и референтной группой, к которой индивид может относить себя психологически, сознательно или бессознательно. Он предложил различать группу членства (то сообщество, в которое человек реально включен) и референтную группу, с которой человек может себя соотносить в идеальном плане.

Референтная группа и группа членства могут совпадать (человек разделяет и проводит в жизнь ту систему ценностей и норм, которая выработана его реальной группой: учебной, трудовой, досуговой). Но в силу обстоятельств человек может быть включен в жизнедеятельность одних групп, а ценностно и нормативно ориентироваться на другую, реально ему для контактов недоступную. Достаточно часто встречается и такой вариант: референтная группа у человека есть, и он реально в нее включен, но большую часть времени вынужден проводить в группе членства. Все варианты несовпадения референтной группы и группы членства чреваты внутренними и межличностными конфликтами для человека.

При этом каждый индивид, как правило, имеет несколько референтных групп, на которые он ориентируется и с которыми сравнивает себя и других по разным проблемам. По мнению Т. Шибутани, у каждого индивида имеется столько же референтных групп, сколько существует каналов коммуникации, причем сила их воздействия на поведение индивида различна.

Р. Мертон при дальнейшей разработке теории референтной группы попытался выделить те условия, при которых индивид скорее выберет в качестве нормативной референтной группы не группу членства, а внешнюю группу. Здесь Мертон выделяет следующие факторы:

1**.** Если группа не обеспечивает достаточный престиж своим членам, то в этих условиях они будут склонны выбирать в качестве референтной группы внешнюю, нечленскую группу, которая, на их взгляд, обладает большей престижностью, чем их собственная.

2. Чем больше изолирован индивид в своей группе, чем ниже его статус в ней, тем более вероятно, что в качестве референтной группы он выберет внешнюю группу, в которой он рассчитывает иметь более высокий статус.

3. Чем больше социальная мобильность в обществе и, следовательно, больше возможностей у индивида изменить свой социальный статус и групповую принадлежность, тем более вероятно, что в качестве референтной группы он будет выбирать группу с более высоким социальным статусом.

4. Выбор индивидом той или иной референтной группы зависит от его личностных характеристик, однако Мертон не конкретизирует это положение.

Г. Келли выделил две функции референтной группы: *нормативную и сравнительно-оценочную*. Первая функция заключается в том, чтобы *устанавливать определенные стандарты поведения* и заставлять индивидов следовать им. Эти стандарты поведения обычно называют групповыми нормами, поэтому он обозначил эту функцию референтной группы как нормативную. По мнению Келли, группа может выполнять эту функцию, если

она в состоянии вознаграждать индивида за конформность и наказывать за неконформность.

Вторая функция референтной группы, по Келли, заключается в том, что она является тем *эталоном или отправной точкой для сравнения*, с помощью которых индивид может оценивать себя и других, поэтому она и выступает в качестве сравнительно-оценочной функции. Келли отмечает также, что обе функции часто носят интегрированный характер в том смысле, что они могут выполняться одной и той же группой, как группой членства, так и внешней группой, членом которой индивид стремится стать или к которой он причисляет себя психологически.

2. Структура малых групп.

Коммуникативная структура малой группы – это совокупность позиций членов группы в системах информационных потоков, связывающих членов группы между собой и внешней средой, а также концентрация у них того или иного объема групповой информации. Выделяют централизованные и децентрализованные коммуникативные сети, различающиеся своими эффектами и последствиями для делового и эмоционального развития группы. При анализе информационных групповых связей часто используют термин *«коммуникативная сеть» и выделяют два типа таких сетей: централизованные и децентрализованные.*

Централизованные коммуникативные сети характеризуются тем, что в них один из членов группы находится в центре информационных потоков и играет основную роль в организации обмена информацией и межличностного взаимодействия. Через него осуществляется общение остальных участников данной деятельности, которые непосредственно между собой контактировать не могут. Существуют различные варианты централизованной сети: *фронтальная, радиальная, иерархическая.* Фронтальная структура специфична тем, что ее участники, не вступая в контакт друг с другом, все же находятся рядом, видят друг друга.

Радиальный вариант отличается тем, что вся информация передается членам группы только через центральное лицо. Это затрудняет получение обратной связи от партнеров, которых нельзя увидеть или услышать, но зато обеспечивает возможность работать полностью самостоятельно, до конца реализуя свою собственную позицию.

В иерархической структуре имеются два и более уровней соподчинения членов группы, причем часть из них может видеть друг друга в процессе совместной деятельности, а часть — нет.

Существуют различные варианты *децентрализованных с*етей. Их основное отличие от сетей первого типа состоит в коммуникативном равенстве всех участников, то есть каждый из участников этой сети обладает одинаковыми со всеми остальными возможностями принимать, передавать и перерабатывать информацию, вступая в прямое общение с участниками совместной деятельности.

Применение централизованных коммуникативных сетей целесообразно для решения конкретных задач, возложенных на группу, а также в тех случаях, когда необходимо простимулировать развитие лидерства и организационное сплочение группы. Однако надо помнить, что в рамках таких сетей затруднено решение сложных и творческих задач, а также их широкое применение может снижать удовлетворенность групповым членством.

Напротив, использование децентрализованных сетей уместно при решении нестандартных, не лимитированных временем сложных задач, а также в тех случаях, когда деятельность должна служить развитию межличностных отношений, повышению удовлетворенности членов группы групповым членством.

Если исследователь получает возможность проследить, какими путями распространяется по группе информация (приходящая извне, рождающаяся внутри группы), он начинает лучше понимать происходящие в группе процессы. Кроме того, он может сделать вывод о продуктивности тех устойчивых дорожек, по которым информация распространяется, о необходимости их изменения. Другое дело, что для этих целей не разработано строгих стандартизированных диагностических процедур. Приходится полагаться на свою наблюдательность и умение провоцировать в группе ситуации (может быть, создавать их в игровой, тренинговой формах), в которых коммуникативные сети прорисовываются более четко и для него, и для самих участников группы.

Ролевая структура малой группы. Понятию «социальная роль» в его современном звучании социальная психология обязана прежде всего работам Дж. Мида, Дж. Морено и Р. Линтона. Но несмотря на устойчивый интерес к данной проблеме в течение нескольких десятков лет, за пределами интеракционизма это понятие остается довольно размытым. *Роль — это то, чего ждут от человека общество и другие в конкретной социальной ситуации; то, чего он сам от себя ждет в конкретной социальной ситуации; реальное поведение, заданное содержанием статуса.*

Соотношение набора ролей и особенностей групповой жизнедеятельности (характера целей, уровня развития и т.д.) рассматривается с разных точек зрения. Сама постановка вопроса о ролевой структуре группы пока отличается нечеткостью. Так, К. Рудестам отмечает, что

– есть одна группа исследователей, которые считают, что набор ролей в группе в целом один и тот же и формируется на самых ранних этапах жизни группы.

– и есть другая группа исследователей, которые считают, что каждая группа имеет тот набор ролей, который соответствует фазе развития группы и ее целям.

В своей работе он приводит описание набора ролей, позволяющего коррекционной группе успешно решать инструментальную и экспрессивную задачу. Набор составлен на основе известной схемы анализа взаимодействия Р. Бейлза.

О. Г. Филатова выделяет три совокупности групповых ролей в соответствии с тремя возможными позициями человека в группе: ориентированные на задачу, на отношения и на себя.

Роли, ориентированные на решение задачи: инициирование; информационный поиск; передача информации; передача мнений, оценок и чувств по поводу обсуждения; прояснение и проработка; координирование; оценивание; обеспечение консенсуса.

Роли, ориентированные на поддержание отношений в группе: ободрение и поддержка; гармонизация отношений; посредник; обеспечение компромисса.

Роли, связанные с ориентацией на себя: блокирование и отвержение; агрессивность; уход; доминирование; стремление исповедоваться; запрашивание помощи.

Существуют и другие представления о связи ролевой структуры группы и эффективности ее жизнедеятельности. Так, исследование Р. М. Белбина свидетельствует о том**,** что для получения действительно эффективной группы необходимы 8 ролей. Среди них:

Председатель — человек, который осуществляет руководство командой и координирует ее действия.

Организатор — это инициативный, легко возбудимый, мобильный и наиболее влиятельный человек в группе.

Мозговой центр — люди, входящие в мозговой центр компании, в отличие от организатора устремлены в себя, но в интеллектуальном плане оказывают большое влияние на других.

Контролер — обладает скорее аналитическим, чем творческим, складом ума.

Исследователи резерва новых служащих– приносят в группу новые контакты, идеи, усовершенствования.

Трудоголики – превращают идеи в выполнимые задания.

Координаторы команды – сплачивают всю команду, поддерживая других, выслушивая их, поощряя, вникая во все, понимая все и внося во все чувство гармонии и согласия.

Детерминатор**.** Без детерминатора команда не смогла бы закончить ничего к назначенному сроку. Он проверяет детали, беспокоится о графиках, досаждает другим необходимостью что-то безотлагательно сделать. Его упорная систематическая работа очень важна, но не всегда популярна.

В целом, вопрос об эффективной ролевой структуре еще остается мало разработанным.

Эмоциональная структура малой группы. Нарастающий исследовательский интерес к эмоциональным отношениям связан с созданием Дж. Морено знаменитой социометрической методики — первой и по сей день непревзойденной тестовой процедуры для изучения системы эмоциональных отношений в группе.

Место конкретного члена группы в этой системе определяется степенью его предпочитаемости другими участниками (эмоциональным статусом), а сама структура обладает еще рядом важных характеристик.

Первая характеристика — конфигурация эмоциональных статусов членов группы. Статус человека в структуре эмоциональных предпочтений можно рассматривать как некоторое выражение степени привлекательности, симпатичности его личности для других. Чем выше статус, тем привлекательнее данный член группы для остальных, тем выше потребность в общении с ним, внимании с его стороны.

Прежде всего в социометрической статусной иерархии выделяются три категории: *популярные, средние и непопулярные* члены группы. По результатам социометрии они отличаются числом положительных выборов и отвержений и их сочетанием.

Популярные члены группы имеют значительное число положительных выборов и мало отвержений (конкретные значения неопределенных терминов «много», «мало» обсуждаются во второй части книги). Среди популярных в ряде случаев можно выделить *собственно высокостатусных и социометрических «звезд»*.

Непопулярные члены группы чрезвычайно не однородны. Среди них могут быть члены группы со статусами *пренебрегаемых, отверженных и изолированных.* У пренебрегаемых есть положительные выборы, но их мало, они получили значительно больше отвержений со стороны других членов своей группы. Можно сказать, что эмоционально они мало привлекательны для членов группы. Отверженные, или изгои, не имеют положительных выборов а лишь разное количество отвержений, что и определяет условную силу их социальной отверженности. Роднит всех отверженных то, что их личность воспринимается группой весьма экспрессивно, но отрицательно. Отверженность в данном случае — это прежде всего эмоциональный феномен, определенное неприятие человека, тех качеств, свойств и привычек, обладателем которых он является. Наконец, к изолированным попадают те люди, которые как бы не существуют для группы: у них отсутствуют как выборы, так и отвержения. Их нет в эмоциональном реестре группы ни на уровне чувств, ни на уровне определенного отношения.

Вторая характеристика — *взаимность социометрических выборов.* Реальное положение человека в группе определяется не только статусом, но и взаимностью сделанных им выборов и отвержений. Чем больше взаимных выборов, тем оно стабильнее и благоприятнее. Групповая структура в целом также приобретает различный вид в зависимости от того, есть ли в ней взаимно предпочитающие друг друга мини-сообщества людей, многие ли члены группы определились в своих симпатиях или антипатиях. Если ответ отрицательный — группа пребывает на сложной ступени своего развития, характеризующейся и конфликтностью, и низкой групповой эмпатией, и эмоциональной неудовлетворенностью.

Третья характеристика — *система отвержений в группе.* Определились ли люди в своих антипатиях? Или многие члены группы выбирают тех, кто их отвергает? Как распределяется в группе эмоциональная агрессия?

Четвертая характеристика — *наличие и взаимоотношения внутри устойчивых микрогрупп.*

Любая малая группа, численностью более 5—7 человек тяготеет к внутреннему разбиению на более мелкие сообщества — микрогруппы. Каждая из них имеет свою эмоциональную структуру, иногда — своих высокостатусных и «звезд». Внутри достаточно большой по численности (15—25 человек) группы может существовать очень сложная социальная структура: несколько микрогрупп, которые как-то взаимодействуют друг с другом, отдельные пары и тройки, а также отверженные, изолированные. Взаимоотношения между устойчивыми микрогруппами многое определяют в эмоциональном климате всего коллектива. Они могут быть конфликтны или позитивны, группы могут иметь общих членов или быть изолированными друг от друга, могут быть ориентированы на одних «звезд» или разных и т.д.

Таким образом, эмоциональная (социометрическая) структура малой группы может быть определена как совокупность соподчиненных позиций членов группы в системе эмоциональных предпочтений. Эмоциональные отношения членов группы имеет большое значение для их самочувствия и эффективности деятельности группы в целом, но их роль не стоит абсолютизировать.

3. Формирование и развитие малой группы

Впервые термин «групповая динамика» был использован Куртом Левином. Группа понималась им как «динамическое целое». Сегодня термин «групповая динамика» используется весьма широко. Как отмечает Г. М. Андреева: «Групповая динамика, в отличие от статики группы, это и есть совокупность тех динамических процессов, которые одновременно происходят в группе в какую-то единицу времени и которые знаменуют собой движение группы от стадии к стадии, т.е. ее развитие.» Среди наиважнейших традиционно рассматриваются такие групповые процессы, как нормативное влияние, развитие и сплочение, принятие групповых решений. Развитие группы в широком значении — это и есть групповая динамика.

Механизмы групповой динамики. Выделяют, по меньшей мере, три таких механизма: 1) разрешение внутригрупповых противоречий, 2) «идиосинкразический кредит» и 3) психологический обмен.

Разрешение внутригрупповых противоречий. Исследователи группового развития указывают на наличие нескольких типов внутригрупповых противоречий. Так, изучая динамику коллективообразования во временных юношеских группах, А. Г. Кирпичник обратил внимание на противоречия, во-первых, между возрастающими потенциальными возможностями группы и ее актуальной деятельностью и, во-вторых, между растущим стремлением членов группы к самореализации и самоутверждению и одновременно усиливающимися тенденциями включения личности в групповую структуру, интеграции ее с группой. Обнаружилось, что «переход группы с одного уровня развития на другой происходит скачкообразно в результате 0бострения противоречий и их последующего разрешения.

Еще один *тип внутригрупповых противоречий описывает Ф. Шамбо*, основывающий свой анализ развития малой группы на материалах большого числа исследований психоаналитического толка, начиная с известной работы 3.

Фрейда по групповому влиянию. Развитие группы есть результат столкновения противоречивых тенденций, периодически возникающих в ней вследствие рассогласования поведения лидера с ожиданиями, связываемыми с его действиями последователями. Подобное рассогласование приводит группу к дестабилизации и конфликту. Разрешение конфликта заканчивается наступлением «фазы гармонии», характеризующейся стабилизацией отношений и оптимистической направленностью межличностного восприятия, после чего вновь появляются «возмущения» в системе, связанные с очередными противоречиями между лидером и последователями. Лишь по мере прохождения группой целой серии конфликтных фаз и выработки у ее членов общих «культурных» критериев оценки действительности структура группы окончательно стабилизируется.

Идиосинкразический кредит. Традиционно считается, что чем выше статус человека в группе, тем в большей степени он ориентирован на ее нормы и ценности, более последовательно реализует их в своем поведении. То есть чем выше статус, тем выше нормативность поведения. Ненормативное поведение наказывается снижением статуса. Действительно, человек, который хочет иметь в своей группе высокие рейтинговые показатели, должен вести себя нормативно. Однако если он, благодаря своему вкладу в жизнь группы, занимает в ней лидерское положение, он в определенной степени освобождается от необходимости вести себя строго нормативно, он получает право отклоняться от групповых норм (естественно, чисто психологически, никакими «верительными грамотами» это не подтверждено). Это явление Холландер назвал *идиосинкразическим кредитом* лидера, а поведение, отклоняющееся от групповых норм**,** — *идиосинкразическим.* Для группы это возможность развития, изменения. Если новшество, которое привнесет лидер, окажется неэффективным, вредным, можно отказаться от него (вместе с лидером чаще всего). Если же эксперимент окажется удачным, новый вариант отношений, достижения групповых целей могут способствовать развитию группы. Через некоторое время он превратится в групповую норму.

Психологический обмен. Механизм психологического обмена заключается во взаимном влиянии членов группы на ценности друг друга. Межличностное взаимодействие в группе активизирует процессы обмена взглядами, интересами, принципами, что влияет на ценностно-смысловую сферу каждого члена.

Модели развития малой группы

Существует несколько подходов к выделению *этапов развития* малой группы.

Модель Л. И. Уманского. В ее основе лежит ряд параметров, для достижения группой высшей ступени развития (ценностная направленность группы, организационное и социально-психологическое единство группы, компетентность ее членов в достижении групповых целей).

Групповое развитие начинается с конгломерата. Конгломерат — это совокупность незнакомых друг с другом людей. Далее развитие группы может происходить в обоих направлениях- к коллективу и антиколлективу. Путь к

коллективу лежит через стадии кооперации и автономизации. Кроме того, перед стадией кооперации в развитии группы в ряде случаев можно выделять также промежуточные стадии: номинальной группы и группы-ассоциации.

Номинальная группа: формальная группа, имеющая название, внешне заданную цель и структуру. Пока только это и объединяет ее членов.

Группа-ассоциация: заданные извне цели, способы и виды деятельности приняты членами группы. Возникает первичная межличностная интеграция.

Группа-кооперация: стадия, на которой группа функционирует в основном в инструментальной плоскости. Хорошо развита структура деловых отношений; члены группы ориентированы на сотрудничество в решении целевых вопросов.

Группа-автономия: ориентирована на экспрессивную сферу. Формируется чувство «мы», групповые эталоны и нормы. Группа ориентирована на себя, свои внутренние отношения.

Группа-коллектив: высшая стадия развития группы. Широкая кооперация с другими социальными группами; внутренняя сплоченность, кооперативность в инструментальной сфере.

Стратометрическая теория коллектива А. В. Петровского. В качестве критериев построения типологии групп выступают, во-первых, степень опосредствованности межличностных отношений в группе содержанием совместной деятельности и, во-вторых, общественная значимость совместной деятельности. Исходя из предложенных критериев, развитие группы описывается как движение в своеобразном континууме, положительным и отрицательным полюсами которого являются соответственно *коллектив* (высокие позитивные показатели по обоим критериям); *корпорация* (высокий позитивный показатель по первому и высокий негативный показатель по второму критериям); в центральной точке располагается так называемая *диффузная группа* (общность, в которой практически отсутствует совместная деятельность); а промежуточное положение между диффузной группой и положительным и отрицательным полюсами континуума занимают соответственно *просоциальная и асоциальная ассоциации*, т. е. группы с низкой степенью опосредствования межличностных отношений совместной деятельностью

Модель Б.Такмена. Б. Такмен рассматривает развитие группы в рамках двухфакторной модели. Он выделил две сферы групповой активности: деловую (ее содержание обусловлено необходимостью решения групповой задачи) и межличностную (отражает развитие групповой структуры). Автор считает, что в каждой из этих сфер группа проходит четыре стадии.

В сфере межличностной активности группа проходит: стадию «проверки и зависимости» (оценка каждым членом группы характера действий других членов и поиски взаимоприемлемого поведения в группе); стадию «внутреннего конфликта» (при нарушении взаимодействия членов группы); стадию «развития групповой сплоченности» (постепенная гармонизация отношений, угасание межличностных конфликтов); стадию «функционально-ролевой соотнесенности» (образование ролевой структуры группы как

своеобразного резонатора, посредством которого и проигрывается решение групповых задач).

В сфере деловой активности малая группа, по мнению Б. Такмена, эволюционируют через следующие стадии: стадию «ориентировки в задаче» (поиск членами группы оптимального способа решения общей задачи); стадию «эмоционального ответа на определенные требования» (противодействие членов группы общим требованиям, предъявляемым им вследствие несовпадения личных намерений и предписаний); стадию «открытого обмена релевантными интерпретациями» (этап групповой жизни, на котором имеет место максимальный информационный обмен, позволяющий партнерам глубже проникнуть в намерения друг друга и предложить альтернативную трактовку информации); стадию «принятия решений» (конструктивные попытки решить общую задачу).

4. Групповая сплоченность

Понятие «сплоченность» используется для обозначения таких социально-психологических характеристик малой группы, как степень психологической общности, единства членов группы, теснота и устойчивость межличностных взаимоотношений и взаимодействия, степень эмоциональной привлекательности группы для ее членов.

Проблема групповой сплоченности также имеет солидную традицию ее исследования, которая опирается на понимание группы, прежде всего, как некоторой системы межличностных отношений, имеющих эмоциональную основу. Несмотря на наличие разных вариантов интерпретации сплоченности, эта общая исходная посылка присутствует во всех случаях. Так, в русле социометрического направления сплоченносгь прямо связывалась с таким уровнем развития межличностных отношений, когда в них высок процент выборов, основанных на взаимной симпатии. Социометрия предложила специальный «индекс групповой сплоченности», который вычислялся как отношение числа взаимных положительных выборов к общему числу возможных выборов.

Другой подход был предложен Л. Фестингером, когда сплоченность анализировалась на основе частоты и прочности коммуникативных связей, обнаруживаемых в группе. Буквально сплоченность определялась как «сумма всех сил, действующих на членов группы, чтобы удерживать их в ней». Влияние школы Левина на Фестингера придало особое содержание этому утверждению: «силы» интерпретировались либо как привлекательность группы для индивида, либо как удовлетворенность членством в группе. Но и привлекательность, и удовлетворенность анализировались при помощи выявления чисто эмоционального плана отношений группы, поэтому, несмотря на иной по сравнению с социометрией подход, сплоченность и здесь представлялась как некоторая характеристика системы эмоциональных предпочтений членов группы.

Иная программа исследования сплоченности, связанна с работами Т. Ньюкома, который вводит особое понятие «согласия» и при его помощи пытается

интерпретировать сплоченность. Он выдвигает новую идею по сравнению с теми, которые содержались в подходах Морено и Фестингера, а именно, идею необходимости возникновения сходных ориентации членов группы по отношению к каким-то значимым для них ценностям. Несомненная продуктивность этой идеи, к сожалению, оказалась девальвированной, поскольку дальнейшее ее развитие попало в жесткую схему теории поля. Развитие сходных ориентации, т.е. достижение согласия, мыслилось как снятие напряжений в поле действия индивидов, причем снятие это осуществляется на основе определенных эмоциональных реакций индивидов. Но мысль об эмоциональной основе сплоченности оказалась основополагающей и в этом варианте объяснения.

В отечественной социальной психологии новые принципы исследования сплоченности разработаны А.В. Петровским. Они составляют часть единой концепции, названной ранее «стратометрической концепцией групповой активности", а позднее — «теорией деятельностного опосредования межличностных отношений в группе». Основная идея заключается в том, что всю структуру малой группы можно представить себе как состоящую из трех (в последней редакции четырех) основных слоев, или, в иной терминологии, «страт»: внешний уровень групповой структуры, где даны непосредственные эмоциональные межличностные отношения, т.е. то, что традиционно измерялось социометрией; второй слой, представляющий собой более глубокое образование, обозначаемое термином «ценностно-ориентационное единство» (ЦОЕ), которое характеризуется тем, что отношения здесь опосредованы совместной деятельностью, выражением чего является совпадение для членов группы ориентации на основные ценности, касающиеся процесса совместной деятельности. Третий слой групповой структуры расположен еще глубже и предполагает еще большее включение индивида в совместную групповую деятельность: на этом уровне члены группы разделяют цели групповой деятельности. Этот третий слой отношений был назван «ядром» групповой структуры.

Три слоя групповых структур могут одновременно быть рассмотрены и как три уровня развития группы, в частности, три уровня развития групповой сплоченности. На первом уровне (что соответствует поверхностному слою внутригрупповых отношений) сплоченность действительно выражается развитием эмоциональных контактов (В). На втором уровне (что соответствует второму слою — ЦОЕ) происходит дальнейшее сплочение группы, и теперь это выражается в совпадении у членов группы основной системы ценностей, связанных с процессом совместной деятельности (Б). На третьем уровне интеграция группы (а значит, и ее сплоченность) проявляется в том, что все члены группы начинают разделять общие цели групповой деятельности (А).

Существенным моментом при этом выступает то обстоятельство, что развитие сплоченности осуществляется не за счет развития лишь коммуникативной практики (как это было у Ньюкома), но на основе совместной деятельности.

Тема 13 Взаимодействие индивида и малой группы. Феномены малой группы.

1. ***Феномены малой группы и их характеристика.***
2. ***Феномен группового давления.***
3. ***Лидерство в малой группе***

1. Феномены малой группы и их характеристика.

Феномен социальной фацилитации – улучшение деятельности в присутствии других людей. Обратное явление, то есть ухудшение деятельности, было названо Ф. Оллпортом социальным торможением **(**ингибицией**).**

Теории социального воздействия. Латанэ утверждает, что сила влияния других людей объясняется действием нескольких факторов: 1) числом людей; 2) их пространственной близостью; 3) их авторитетом и статусом.

Исходя из бихевиористской формулы поведения (П = С - Р), Зайонц предположил, что присутствие других людей является для индивида сильным стимулом — источником общего возбуждения. Повышенное возбуждение улучшает выполнение простых задач и ухудшает выполнение сложных.

С другой стороны, Николас Коттрелл выступил с альтернативным объяснением эффекта аудитории. По его мнению, данный феномен объясняется тем, что люди, занятые какой-то деятельностью в присутствии других людей (на людях), ожидают оценки со стороны зрителей и обеспокоены тем, как их оценят.

Когда люди работают группой, а тем более большой группой, возрастает вероятность того, что снизятся индивидуальные усилия и люди станут работать не в полную силу. Это явление получило в социальной психологии название *социальной лености.*

Обратное соотношение между числом людей в группе и снижением их индивидуальных усилий получило название «эффект Рингельмана».

Причины: в качестве одной из причин лености указывают на то, что индивиды «растворяются» (деиндивидуализируются) в большой группе. И если человек уверен, что его деятельность не фиксируется и не оценивается, то можно работать «спустя рукава».

В условиях *деиндивидуализации* у многих людей самосознание почти отключается, что позволяет им нарушать или вообще не соблюдать социальные нормы.

Условия снижения социальной лености:

1. Неординарно трудные проблемы, которые могут сплотить группу и побудить каждого ее члена трудиться с полной отдачей.

2. Заинтересованность всех членов группы в конечном результате совместных усилий.

3. Наличие в группе хороших деловых отношений.

4. Учет и оценка вклада каждого члена группы в совместный труд, то есть отсутствие обезличивания.

5. Наличие специальной договоренности в группе работать в полную силу.

6. Наличие общегруппового эталона деятельности и продуктивности, которому все члены группы стремятся соответствовать.

7. Наличие не только трудной, но и интересной для всех задачи .

Феномен groupthink (огруппления мышления) Был открытый в 70-е годы И. Джэнисом. Groupthink определяется как «*стиль мышления людей, которые полностью включены в единую группу; в этой группе стремление к единомыслию важнее, чем реалистическая оценка возможных вариантов действий*».

Это процесс, известный как «огруппленное мышление» (groupthink), — *ярко выраженная тенденция группы вырабатывать согласованное решение, полагая, что группа не может быть неправой, что все ее члены должны целиком и полностью поддерживать это решение и что любая информация, противоречащая ему, должна быть отвергнута*.

Когда подобное коллективное состояние разума имеет место, группа уже не хочет, а, вероятно, и не способна, изменить направление своих действий, даже если внешние события свидетельствуют о том, что принятое решение было неверным. По мнению Джэниса, в группе вскоре вырабатываются нормы, активно мешающие ее членам прорабатывать альтернативные направления действий. Группа рассматривается, как неспособная совершать ошибки, и любой, кто хоть немного в этом сомневается, быстро замолкает как под давлением группы, так и под действием собственного желания подчиниться.

Признаки огруппления мышления по И.Янису:

1) иллюзия неуязвимости, разделяемая большинством или всеми членами группы, следствием чего являются излишний оптимизм и тяга к чрезмерному риску;

2) коллективное стремлением дать рациональное объяснение принимаемому решению, дабы отбросить любые возможные возражения;

3) безусловная вера в исповедуемые группой принципы поведения, побуждающие ее членов игнорировать моральные последствия принимаемых решений;

4) стереотипный взгляд на соперников (другие группы), либо как обладающих слишком негативными чертами, чтобы вступать с ними в какие-то переговоры, либо как очень слабых или глупых, чтобы удержаться от соблазна воспрепятствовать достижению ими своих целей;

5) открытое давление на членов группы, выдвигающих аргументы против групповых стереотипов, требованием лояльности;

6) самоцензура членов группы, их готовностью минимизировать собственные сомнения и контраргументы, касающиеся групповых решений;

7) иллюзия единодушия относительно оценок, мнений, согласующихся с точкой зрения большинства;

8) появление самозванных охранителей группового духа — индивидуумов, которые защищают группу от неблагоприятной информации, способной нарушить испытываемое ими чувство удовлетворенности принимаемыми решениями.

Как замечает Ю. Козелецкий, стиль мышления groupthink с одной стороны, повышает единство группы и самоудовлетворенность ее членов, а с другой — снижает качество решений, приводит к тому, что групповые решения часто оказываются хуже индивидуальных. Несомненно также, что groupthink теснейшим образом связан с такими феноменами группового поведения, как конформность и сплоченность, и нередко имеет место в группах, функционирующих в кризисных стрессогенных ситуациях.

Факторы «огруппленного» мышления. Данные исследований показывают, что в этом процессе могут играть ведущую роль два фактора.

Первый — высокий уровень сплоченности между членами группы. Группы, которые становятся жертвами «огруппленного» мышления, обычно состоят из людей, близких по своему положению и идеологии.

Второй фактор — это определенный тип групповых норм, утверждающих, что группа является непогрешимой и морально правой, из чего следует, что в дальнейшем обсуждении этих вопросов нет необходимости: решение было принято, и теперь единственная задача — поддерживать его как можно увереннее.

«Огруппленное» мышление может быть тесно связано с другой опасностью группового принятия решений — коллективной ловушкой— тенденцией групп упрямо сохранять верность неудачным решениям или действиям даже перед лицом непреодолимых доказательств, что эти решения неудачны.

Предотвращение «огруппленного» мышления.

Наиболее эффективными являются следующие процедуры.

Во-первых, группы, желающие избежать влияния группового мышления, должны практиковать проведение открытых опросов и поощрять скептицизм среди своих членов. Лидеры группы должны приветствовать тщательное рассмотрение любой альтернативы или стратегии и, если это необходимо, играть роль «адвоката дьявола», намеренно находя недостатки в различных вариантах выбора.

Во-вторых, когда решение принято, членам группы полезно встречаться, чтобы обсудить вопрос повторно; на этих встречах члены группы могут высказать любые сомнения.

В-третьих, нередко полезным оказывается проведение опросов различных групп людей, помимо той, что принимала первоначальное решение, на тему, следует ли придерживаться этого решения. Поскольку эти группы не принимали первоначального решения, они не испытывают необходимости оправдывать изначальный выбор; в этом случае давление коллективной ловушки уменьшается, и одна важная составляющая «огруппленного» мышления может быть устранена.

2. Феномен группового давления или конформизма

Конформизм — подчинение суждения или действия человека групповому давлению (мнению большинства) в ситуации конфликта между его собственным мнением (опытом) и мнением большинства.

Конформность — склонность человека как члена группы неосознанно выбирать и следовать мнению группового большинства.

Негативизм — демонстрация поведения, или мнения, противоречащего мнению большинства, независимо от того, право это большинство или нет.

Нонконформизм — демонстрация мнения или поведения, опирающегося на собственный опыт, независимо от мнения или поведения группового большинства.

В. Э. Чудновский выделил 2 типа конформного поведения: внешнее и внутреннее. Внешнее подчинение — это реакция приспособленчества, которая может сопровождаться внутренним конфликтом, но может осуществляться и без него, как принятое личностью внешнее приспособление к группе.

Л. Фестингер использовал для обозначения близкого явления термин *«публичная конформность»*.

Внутреннее подчинение — это переживание мнения группы как своего собственного, которое может проистекать из бессознательного принятия постулата «большинство всегда право», а может быть результатом сознательного выбора личности.

Факторы, влияющие на конформное поведение:

- *Единодушие большинства*. Больше всего конформных реакций (чуть более 30%) испытуемые демонстрируют в ситуации абсолютного единодушия большинства. В ситуации, если в группе два «наивных» испытуемых или среди подставной группы «назначен» верный партнер, степень независимости резко повышается (процент конформных реакций едва достигает 10).
- *Численность большинства*. Максимальное воздействие на мнение «наивного» испытуемого оказывает группа из 3 человек. Дальнейшее увеличение численности единодушного большинства не имеет существенного значения.
- *Особенности ситуации*. Исследования Аша и сотрудников показали, что чем дальше от истины мнение большинства, тем выше независимость испытуемых. И что еще более важно: влияние большинства усиливается, когда нарастает неопределенность ситуации. Уверенный в своей компетентности испытуемый менее склонен к зависимому поведению, но лишь в том случае, если компетентность группы он оценивает ниже или равно своей. Чем выше субъективная авторитетность группы для «наивного испытуемого», тем чаще он подпадает под влияние большинства.
- *Особенности группы*. В ряде отечественных исследований (работы А. П. Сопикова, А. В. Баранова) выявлена зависимость интенсивности конформного поведения от особенностей деятельности группы. Исследования, проведенные на студентах, показали, что будущие педагоги чаще демонстрируют зависимость от группового влияния, чем будущие инженеры. Подростки, играющие в оркестре, более зависимы в своем мнении от сверстников, чем подростки — победители физико-математических олимпиад. Конформность также возрастает в сплоченных группах.

- *Гендерные и возрастные особенности*. Женщины в целом более конформны, чем мужчины, а дети — чем взрослые. Хотя если говорить о подростках и старшеклассниках, то они склонны демонстрировать конформизм в общении с группой сверстников и негативизм — в общении со взрослыми. Учитывая это, желательно как можно реже ставить подростка в ситуацию группового давления со стороны взрослых или класса, если он не является для него источником норм и ценностей. В старшем школьном возрасте вероятность независимых решений возрастает, однако конформность в общении со значимой группой сверстников или взрослых еще очень велика.
- *Индивидуальные особенности испытуемого*. Р. Л. Кричевский и Е. М. Дубовская приводят следующие данные: выявлена отрицательная зависимость между склонностью человека к конформному поведению и такими его психологическими особенностями, как высокий интеллект, способность к лидерству, толерантность к стрессу, социальная активность и ответственность.
- *Значимость ситуации для испытуемого*. Это наиболее важный фактор. Чем более значимой для себя испытуемый воспринимает ситуацию, тем ниже вероятность принятия им зависимых решений.

М. Дойч и Г. Джерард предложили различать два типа социального влияния в группе, порождающих конформное поведение: *нормативное и информационное.* В дальнейшем Г. Джерард высказал предположение, что истоки конформности — в информационной зависимости члена группы от других ее участников. Ситуация, в которую попадает человек, вызывает у него тревожность и, естественно, потребность в ее снижении. Неопределенность ситуации может быть снята за счет различных форм сравнения себя с другими: во-первых, человек использует поведение других как стандарт, которому можно соответствовать; во-вторых, он формирует представление о себе на основе механизма социальной рефлексии. Все это делает человека чувствительным к социальному влиянию.

Д. Майерс называет два механизма, защищающих человека от «безудержности» нормативного давления: реактивное сопротивление и поведенческое подтверждение собственной уникальности.

Нормативное влияние меньшинства.

В последнее время ученые поняли, что конформизм и независимость — это не единственно возможные реакции на мнение большинства. Меньшинство может активно отстаивать свою позицию и оказывать влияние на большинство. ...Большинство и меньшинство оказывают друг на друга взаимное влияние».

В экспериментах, проведенных европейскими социальными психологами, был установлен сам факт существования нормативного влияния меньшинства и изучены некоторые из его механизмов и эффектов. Экспериментальные данные позволяют сравнить особенности влияния большинства и меньшинства.

– Большинство оказывает более сильное воздействие на уровне реакций людей на тот или иной факт, меньшинство — на уровне правильности позиции.

– Влияние большинства проявляется довольно быстро, конформные реакции чаще появляются в ответах испытуемых в первых пробах. Влияние меньшинства часто оказывается на латентном, неосознаваемом человеком

уровне и может проявляться не в данной экспериментальной ситуации, а в последующих лишь частично по содержанию связанных с ней.

Внутренняя картина состояния человека, находящего под воздействием большинства и меньшинства, совершенно различна.

Переживая конфликт с большинством, человек очень часто ощущает свою некомпетентность, незащищенность. Его стремление присоединиться к большинству диктуется страхом остаться в социальной изоляции.

Позиция меньшинства часто воспринимается представителем большинства с иронией, раздражением (позиция «сверху»), его точка зрения — ошибочной, непродуманной. Но при этом последовательное меньшинство воспринимается как более уверенное в себе.

При влиянии меньшинства, утверждает Ч. Д. Немет, человек испытывает значительно меньший стресс, чувствует себя внутреннее более защищенным, что позволяет ему спокойнее и продуктивнее отнестись к конфликту мнений: у него часто возникает мотивация переоценить ситуацию в свою пользу.

Исследования позволили также установить, что к основным факторам, делающим позицию меньшинства влиятельной, необходимо отнести *последовательность, уверенность, гибкость (готовность к компромиссу), уважительное отношение к оппонентам.*

Г. Мюньи показал, что сила влияния меньшинства существенно зависит от образа, который складывается о нем у большинства: если оно воспринимается как жесткое, бескомпромиссное, категоричное, то это создает сильный психологический барьер. Не менее важные параметры — последовательность и уверенность группового меньшинства в своей позиции.

Основные следствия влияния меньшинства для группы в целом и ее отдельных участников:

• влияние меньшинства побуждает человека и большинство в целом к поиску новых аргументов в защиту своей позиции; в результате большинство может еще больше убедиться в своей правоте, но это убеждение будет опираться уже не на стереотипы и неосознанные групповые нормы, а на результаты анализа и размышления;

• благодаря существованию иной позиции, существенно возрастает вероятность выработки человеком и группой новых, креативных решений.

Высокая конформность членов группы, отсутствие «здорового» меньшинства, не разделяющего общей точки зрения, легко может привести группу к застою, а ее участников — к ригидности.

Нормативное влияние меньшинства — это механизм, ограничивающий прессинг большинства, препятствующий чрезмерному повышению конформности членов группы. На групповом уровне он — источник развития, на индивидуальном — стимулятор познавательной активности, проявления творческого личностного начала.

3. Лидерство в малой группе

В малой группе психологическая власть существует в двух основных формах, в чем-то сходных, в чем-то принципиально различных: **лидерство** и **руководство.**

В зарубежной социальной психологии термин «лидерство» длительное время выполнял роль универсального термина. С его помощью обозначались самые различные виды и процессы влияния в группе: как влияния, основанного на официальных функциях и полномочиях, так и влияния, проистекающего из особенностей конкретного человека.

В отечественной социальной психологии понятия лидерства и руководства содержательно разведены Б.Д. Парыгиным. Выделяются следующие различия лидера и руководителя:

1) лидер в основном призван осуществлять регуляцию межличностных отношений в группе, в то время как руководитель осуществляет регуляцию официальных отношений группы как некоторой социальной организации;

2) лидерство возникает стихийно, руководитель всякой реальной социальной группы либо назначается, либо избирается, но так или иначе этот процесс не является стихийным, а, напротив, целенаправленным, осуществляемым под контролем различных элементов социальной структуры;

3) явление лидерства менее стабильно, выдвижение лидера в большой степени зависит от настроения группы, в то время как руководство — явление более стабильное;

4) руководство подчиненными в отличие от лидерства обладает гораздо более определенной системой различных санкций, которых в руках лидера нет;

5) процесс принятия решений в системе руководства носит гораздо более сложный характер, чем в условиях лидерства;

6) сфера деятельности лидера — в основном малая группа, где он и является лидером, сфера действия руководителя шире, поскольку он представляет малую группу в более широкой социальной системе.

Г. М. Андреева подчеркивает, что руководство, в отличие от лидерства, – феномен смешанной, социально-психологической природы. Власть руководителя значительно шире собственно психологического влияния. Она опирается на всю систему социально-экономических рычагов, которые находятся в распоряжении руководителя.

Сила влияния руководителя частично опирается на психологические механизмы, частично — на полномочия, данные ему более широкой социальной системой (которая и определила его на должность руководителя).

Лидерство — феномен собственно психологической природы, в его основе — сила влияния одного члена группы на другого.

Лидерство в малой группе – это феномен воздействия и влияния индивида на мнения, оценки, отношения и поведение группы в целом или отдельных ее членов» (В. П. Позняков).

В западной социальной психологии *лидерство определяется как «признаваемое окружением обладание способностью оказывать позитивное мотивирующее влияние на мысли, чувства и действия членов группы, соответствующее групповым целям»* (Manstead, Hewstone).

Существуют различные варианты использования термина «лидер».

На житейском уровне он часто звучит как синоним понятий «вождь», «кумир», «авторитет», «социометрическая звезда».

Лидер — не вождь, так как его роль не связана с привнесением в группу определенной идеологии.

Лидер — не кумир, так как его эталонные функции в жизни других членов группы касаются только поведения в сфере совместной внутригрупповой деятельности. Лидер не определяет их поведение и систему ценностей в целом.

Лидер ошибочно отождествляется с понятием «авторитет». Лидер выступает как авторитет для группы, но не всякий авторитет обязательно означает лидерские возможности его носителя. Лидер должен организовать решение какой-то задачи, авторитет такой функции не выполняет, он просто может выступать как пример, как идеал, но вовсе не брать на себя решение задачи.

Лидер — не социометрическая «звезда». Лидер и «звезда» — это различные внутригрупповые роли.

Следовательно, феномен лидерства — это весьма специфическое явление, не описываемое никакими другими понятиями.

Функции лидерства

- организация совместной жизнедеятельности в различных ее сферах,
- выработка и поддержание групповых норм,
- внешнее представительство группы во взаимоотношениях с другими группами,
- принятие ответственности за результаты групповой деятельности,
- установление и поддержание благоприятных социально-психологических отношений в группе (В.П. Позняков).

Типы лидеров. Так как лидерство тесно связано с решением тех или иных групповых задач, его можно типологизировать в соответствии с двумя основными сферами жизнедеятельности малой группы: деловой, связанной с осуществлением совместной деятельности и решением групповых задач, и эмоциональной, связанной с процессом общения и развития психологических отношений между членами группы.

Первые шаги в этом направлении были сделаны А. Бине и Л. Терменом. Ими были выделены две функциональные лидерские роли:

– роль делового, («инструментального») лидера, ориентированного на решение групповых задач;

– роль экспрессивного («социально-эмоцинонального») лидера, направленного на общение и взаимоотношения в группе.

Сам факт их наличия получил название *феномена ролевой дифференциации лидерства.*

Эти два вида лидерства могут быть персонифицированы в одном лице (универсальный лидер), но чаще они распределяются между разными членами группы.

Внутри каждой из сфер может происходить еще более глубокая дифференциация лидерских ролей.

Так, внутри инструментального лидерства можно выявить лидера-организатора, лидера-инициатора, лидера-эрудита, лидера - специалиста, лидера - мотиватора, лидера-мастера, лидера-скептика и т. д.

А среди экспрессивных лидеров существуют: лидер эмоционального притяжения (социометрическая «звезда»), лидер-генератор эмоционального настроя и т. д. (Л.И.Уманский).

Теории происхождения лидерства.

Существует три основных теоретических подхода в понимании происхождения лидерства.

«Теория черт» («харизматическая теория», «теория великих людей») концентрирует свое внимание на врожденных качествах лидера.

Лидером, согласно этой теории, может быть лишь такой человек, который обладает определенным набором личностных качеств или совокупностью определенных психологических черт**.**

В результате анализа Р. Стогдилл сделал вывод о том, что не существует такого набора личных качеств, который присутствует у всех эффективных лидеров, и что структура личных качеств лидера должна соотноситься с личными качествами членов группы, характером групповой деятельности и решаемыми задачами.

Ситуационная теория лидерства: лидерство — продукт ситуации.

В различных ситуациях групповой жизни выделяются отдельные члены группы, которые превосходят других по крайней мере в каком-то одном качестве, необходимым в данной ситуации.

Лидером является такой член малой группы, который выдвигается в результате взаимодействия членов группы для организации группы при решении конкретной задачи. Он демонстрирует более высокий, чем другие члены группы, уровень активности, участия, влияния в решении данной задачи. Таким образом, лидер выдвигается в конкретной ситуации, принимая на себя определенные функции.

Системная теория лидерства: лидерство рассматривается как процесс организации межличностных отношений в группе, а лидер — как субъект управления этим процессом. Лидерство интерпретируется как функция группы, и изучать его следует поэтому с точки зрения целей и задач группы, хотя и структура личности лидеров при этом не должна сбрасываться со счетов.

Эффективность лидерства определяется соответствием качеств лидера ситуации, в которой находится группа (характеру решаемой задачи, сложившимся условиям: степени благоприятности отношений лидера с членами группы, величине реальной власти, которой обладает лидер в группе).

Тема 14 Психология больших социальных групп

1. ***Большая социальная группа как социально-психологический феномен***
2. ***Психология толпы. Социально-психологические механизмы взаимодействия людей в толпе***
3. ***Слухи как социально-психологические феномен***

4. Паника как социально-психологические феномен.

1. Большая социальная группа как социально-психологический феномен

Большая социальная группа — это совокупность людей, объединенная на основе социального признака, формирующая социальную общность большого размера, в которой люди не имеют непосредственных эмоционально-личностных контактов со всеми членами группы.

Большие» в количественном отношении образования людей разделяются на два вида:

— *социальные группы*, т.е. группы, сложившиеся в ходе исторического развития общества, занимающие определенное место в системе общественных отношений каждого конкретного типа общества и потому *долговременные, устойчивые в своем существовании*. К данному виду относятся прежде всего *социальные классы, различные этнические группы* (их главная разновидность — нации), *профессиональные группы, половозрастные группы* (например, молодежь, женщины, пожилые люди и т.д.).

– *случайно, стихийно возникшие, достаточно кратковременно существующие общности*, куда относятся *толпа, публика, аудитория*.

Стихийные группы – это кратковременные объединения большого числа лиц с различными интересами, но собравшихся вместе по какому-либо определенному поводу и демонстрирующих какие-то совместные действия. Разновидности – толпа, масса, публика.

Есть типичные жизненные ситуации, в которых легко образуются многочисленные скопления людей (толпы). К ним относятся следующие:

- стихийные бедствия (землетрясения, крупные наводнения, пожары),
- общественный транспорт и транспортные узлы (вокзалы, метро и т. д.),
- массовые зрелища (спортивные матчи, эстрадные концерты и т. п.),
- политические акции (митинги, демонстрации, политические выборы, забастовки и другие акции протеста),
- места массовых празднований и отдыха (стадионы, площади и улицы городов, помещения и площадки для крупных дискотек и т.д.) и др.

Масса обычно описывается как *относительно стабильно и разнородное образование* с нечеткими границами. Масса может выступать не обязательно как сиюминутное образование, подобно толпе; она может оказаться в значительно большей степени организованной, когда определенные слои населения достаточно сознательно собираются ради какой-либо акции: манифестации, демонстрации, митинга.

Публика представляет собой еще одну форму стихийной группы, хотя элемент стихийности здесь слабее выражен, чем, в толпе. Публика — это тоже *кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с каким-то зрелищем* — на трибуне стадиона, в большом зрительном зале, на площади перед динамиком при прослушивании важного сообщения. Публика всегда собирается ради *общей и определенной цели*, поэтому она более управляема, в частности в большей степени соблюдает нормы, принятые в избранном типе организации зрелищ. Но и публика остается массовым собранием

людей, и в ней действуют законы массы. Достаточно и здесь какого-либо инцидента, чтобы публика стала неуправляемой.

В более замкнутых помещениях, например в лекционных залах, публику часто именуют *аудиторией*. Под аудиторией понимается *социальная общность людей, объединенная взаимодействием с коммуникатором – индивидом или группой, владеющими информацией и доводящими ее до этой общности.* Аудитория может осуществлять как непосредственное взаимодействие с коммуникаторами (например, слушание уличного оратора, объявления распорядителя в магазине или других общественных местах), так и опосредованное, анонимное (например, воздействие средств массовой информации). Наиболее характерной чертой аудитории является практически одностороннее взаимодействие, слабая обратная связь аудитории с коммуникатором, особенно в случае большой аудитории.

Общие признаки большой социальной группы:

1. Существуют специфические регуляторы социального поведения – нравы, обычаи, традиции, образ жизни.
2. Существует специфический язык (национальный или жаргон).

Структура психологии большой социальной группы включает в себя:

1) психический склад как более устойчивое образование (к которому могут быть отнесены социальный или национальный характер, нравы, обычаи, традиции, вкусы и т.п.) и

2) эмоциональная сферу как более подвижное динамическое образование (в которую входят потребности, интересы, настроения).

Психический склад выступает как наиболее устойчивое образование в психологии общности. К нему относятся социальный характер, традиции, обычаи, привычки, нравы. Эти явления характерны для разных общностей.

Так, *социальный характер группы*, народа определяется специфической культурой, системой знаков, символов. Он формируйся в конкретных условиях, под воздействием социального бытия**,** той системы ценностей, ориентации, в которых проходит процесс социализации. Характер с определенной логикой и последовательностью детерминирует одну линию поведения, одни поступки и исключает другие.

Традиции представляют собой исторически сложившиеся под влиянием определенных условий жизни узаконенные способы воспроизведения исторически сложившихся правил, норм поведения, отношений людей. Они определяют общее направление деятельности групп в специфических условиях. В традициях осуществляется преемственность тех или иных социально значимых форм поведения в типичных ситуациях, в различных сферах деятельности, сознательно поддерживающихся, закрепляющих те или иные отношения.

Другим составным элементом психического склада общности являются *обычаи.* Обычай представляет собой прочно установившиеся в той или иной социальной группе, у того или иного народа правила реагирования на определенные события, осуществления некоторых общественно значимых действий (особые моменты трудовой деятельности, быта, семейной жизни,

важные события в жизни человека: рождение, свадьба, характер праздников и др.). Обычай хранит определенный народный опыт, является символом каких-то ценностей, выработанных общностью, приучает уважать их, воспитывает определенное отношение к группе, к личности.

Элементом психического склада, примыкающим к социальным обычаям, являются предрассудки. *Предрассудок* — это укоренившееся в обществе мнение «без разумного отчета в основательности его» (В. Даль), но относящееся преимущественно к «предостерегательным, суеверным правилам». Предрассудки определяют отношения данной социальной группы к тем или иным природным или социальным явлениям. Общественно опасными являются национальные и религиозные предрассудки. Их общественная опасность сильно возрастает, когда эти предрассудки объединяются.

Целостную характеристику психологических особенностей социальных групп представляет образ их жизни. *Образ жизни* — это совокупность устоявшихся, типичных для определенных социально-экономических отношений форм жизнедеятельности народов, классов, социальных групп, отдельных людей в материальном и духовном производстве, в общественно-политической и семейно-бытовой сфере. В образе жизни раскрывается, как живут люди, какими действиями и поступками заполнена их жизнь, каков стиль их мышления, их потребности, интересы, идеалы, умонастроения, содержание и формы общения, какие цели они преследуют. В образе жизни общности, человека выражается система их отношений к обществу, труду, другим общностям, другим людям, к себе. Эти отношения отражаются в мировоззрении, ценностных ориентациях, жизненных позициях, социальных и личностных установках, потребностях, стиле жизни и поведении.

Среди всего многообразия больших социальных групп в исследовании отечественных психологов особое место занимают национально-этнические группы и классы.

Национально-этнические группы — это большие социальные группы, включающие тысячи и миллионы людей, связанных общими внешними и психологическими чертами: род и племя, народ и нацию, расу и этнос. Д.Б. Ольшанский определяет их следующим образом.

Род является первичной этнической группой и представляет собой группу кровных родственников, ведущих свое происхождение по одной линии, по большей части осознающих себя потомками общего предка (реального или мифического), носящих общее родовое имя и, естественно, имеющих общие потребности и интересы, проявляющиеся в единых социально-политических действиях. Объединение двух или более родов образуют племя. Это более высокая форма организации, объединяющая некоторое число родов и семейно-родовых кланов на общей этнической основе.

Рода и племена в ходе исторического развития объединились в нации.

Нация – (от латинского natio — «племя», «народ») — большие исторические общности людей, складывающиеся в ходе формирования общности их территории, экономических связей, литературного языка ряда особенностей культуры, характера и психики в целом.

Раса - исторически сложившиеся супер-большие группы людей, связанные единством происхождения, которое выражается в общих наследственных морфологических и физиологических признаках, варьирующих лишь в очень определенных пределах.

Расы являются не совокупностями людей, а совокупностями популяций, что указывает на отсутствие особых психологических различий, принципиально разделяющих расы. Практически, внутри всех рас прослеживаются межнациональные или, говоря более обще, межэтнические психологические различия, однако реально и объективно зафиксированные межрасовые психологические различия пока в серьезной науке не описаны.

Этнос (этническая общность) - исторически возникший вид устойчивой общности людей, представленной племенем, народностью, нацией или даже группой наций и национальностей.

В советской психологии широко исследовалась психология такой разновидности больших социальных групп, как классы.

Классы – большие социальные группы, выделяемые в зависимости от места в общественной жизни, от отношения к средствами производства и от способа получения общественного богатства.

В качестве социально-психологических признаков классов выделяются

– социальный статус, означающий положение в социальной иерархии;

– определенный образ, качество и стиль жизни;

шкала ценностей, система потребностей и интересов;

– традиции, установки, картины мира, стереотипы, привычки, круг общения;

–социальная этика, сленг, жаргон.

Используя терминологию классового подхода, в обществе условно выделяют низший, средний и высший классы. В переходные, кризисные исторические периоды в структуре общества происходят динамичные процессы, в т.ч. отражающиеся на изменении классовой структуры общества, на перераспределении общественных богатств и др. Классовая структура общества зависит от типа государства, экономики и общества. Особая роль во влиянии на классы оказывают партии. Основные причины объединения людей в партии связаны с психологией влечения к власти. Не случайно под партией подразумевают любую политическую группу, представленную на выборах, через которые она способна поставить своих кандидатов у власти.

2. Психология толпы. Социально-психологические механизмы взаимодействия людей в толпе

Под *толпой* понимается *многочисленное скопление людей, находящихся в непосредственных контактах друг с другом и в состоянии повышенного эмоционального возбуждения, характеризующееся изначальным стихийным своим образованием (или потерей организации) и отсутствием общей для всех осознанной цели (или ее утратой)*.

Таким образом, к основным признакам толпы можно отнести:

– многочисленность — как правило, это большая группа людей;

– высокая контактность, т. е. каждый человек находится на близком расстоянии с другими, фактически входя в их персональные пространства;

– эмоциональная возбужденность — типичными психологическими состояниями данной группы являются динамические, неуравновешенные состояния: повышенное эмоциональное возбуждение, волнение людей и т. п.;

– неорганизованность (стихийность— эти группы чаще всего образуются стихийно, изначально имеют слабую организованность, а при наличии организации могут легко терять ее;

– неустойчивость цели — наибольшие споры возникают вокруг такого признака толпы, как ее *цельности—бесцельность:* общая для всех цель в этих группах, как правило, отсутствует или, при ее наличии слабо осознается большинством людей; кроме того, цели могут легко утрачиваться, первоначальные цели часто подменяются другими, нередко *подставными* и т. п. (поэтому когда говорится о *бесцельности* толпы как ее свойстве, то имеется в виду отсутствие общей, всеми осознаваемой цели).

Разновидности толпы. В настоящее время чаще всего выделяются следующие основные виды толпы с соответствующими подвидами :

Окказиональная толпа (от англ. occasion – случайность) – скопление людей, собравшихся поглазеть на неожиданное происшествие.

Конвенциональная толпа (от англ. convention – условность) – группа людей, собранная по поводу заранее объявленного события: футбольный матч, митинг, концерт рок-группы и т.д. Здесь уже преобладает более направленный интерес, и люди до поры (пока толпа сохраняет качество конвенциональности) готовы следовать определенным условностям (конвенциям). Не следует путать конвенциональную толпу с публикой, собравшейся в драматическом, оперном театре, в консерватории и проч.

Экспрессивная толпа (от англ. expression –выражение), ритмически выражающая ту или иную эмоцию: радость, энтузиазм, возмущение и т. д.

Спектр эмоциональных проявлений в данной толпе очень широк, а главная отличительная черта – ритмичность выражения. Примерами образования такой толпы являются люди, скандирующие лозунг на митинге или манифестации, громко поддерживающие любимую команду или клеймящие судью на стадионе, танцующие на карнавале и т.д. В ряде случаев процесс ритмического выражения эмоций может принять особенно интенсивную форму, и тогда возникает особый феномен массового экстаза. *Экстатическая толпа* (от англ. ecstasy – экстаз) – экстремальная форма экспрессивной толпы. В экстазе люди самозабвенно истязают себя цепями на шиитском религиозном празднике, доводят себя до невменяемости под нарастающий ритм неистового моления в секте трясунов или в танце на бразильском карнавале, рвут на себе одежду в ритме рока.

Действующая (active) толпа - политически наиболее значимый и опасный вид группового образования, характеризующийся осуществлением конкретных действий в соответствии со своими интересами или эмоциональным состоянием.

Выделяют несколько разновидностей действующей толпы. *Агрессивная толпа*, эмоциональная доминанта которой (ярость, злоба), равно как направленность действий, прозрачно выражены в названии. Она представляющая собой скопление людей, стремящихся к уничтожению, разрушению и даже убийству. При этом те, кто составляет агрессивную толпу, не имеют рациональной основы для своих действий и, находясь в состоянии фрустрации, часто направляют свой слепой гнев или ненависть на совершенно случайные объекты, не имеющие никакого отношения ни к происходящему, ни к самим погромщикам. Агрессивная толпа относительно редко возникает сама по себе. Чаще всего она является результатом трансформации случайной, конвенциональной или экспрессивной толпы. Так, футбольные болельщики, раздосадованные и обозленные проигрышем любимой команды, легко могут превратиться в агрессивную толпу, которая начинает крушить все вокруг, ломать скамейки на стадионе, бить стекла ближайших домов и витрины магазинов, избивать случайных прохожих и т.п.

Паническая толпа объята ужасом, стремлением каждого избежать реальной или воображаемой опасности. *Стяжательная толпа* – люди, вступившие в неорганизованный конфликт за обладание некоторой ценностью. Доминирующей эмоцией здесь обычно становится жадность, жажда обладания, к которой иногда примешивается страх. *Повстанческая толпа* по ряду признаков сходна с агрессивной (преобладает чувство злости), но отличается от неё социально справедливым характером возмущения. Однако следует учитывать, что понятие «социальная справедливость» в такого рода образованиях зачастую определяется произвольно и пристрастно.

Поведение в больших социальных группах во многом определяется действием таких *механизмов психического воздействия, как заражение, подражание и массовое внушение.*

Заражение – передача на психофизиологическом уровне эмоционального состояния от одного индивида к другому, часто приобретая характер циркулярной, возрастающей реакции.

Феномен заражения наблюдался на самых разных этапах человеческой истории и имел многообразные проявления: массовые вспышки различных душевных состояний, возникающих во время ритуальных танцев, спортивного азарта, ситуаций паники и пр. Особой ситуацией, где усиливается воздействие через заражение, является ситуация паники. С заражением часто связано подражание.

Подражание – стремление индивида скопировать внешние черты поведения другого человека, выступающего образцом (эталоном).

Основоположником научного изучения подражания считается французский психолог и социолог Г. Тард. В соответствии с его концепцией, подражание есть основной принцип развития и существования общества.

При изучении подражания были выявлены некоторые закономерности:

– во-первых, подражание идет от внутреннего к внешнему (т.е. подражание осуществляется на основе эмоционального заражения);

– во-вторых, низшие на социальной лестнице подражают высшим;

– в-третьих, чем старше и образованнее человек, тем меньше он подвержен простейшим образцам подражания, тем более сложные формы приобретает сам процесс подражания;

– в-четвертых, подражание основано на авторитете, т.е. подражать возникает желание людям, пользующимся в глазах подражающего уважением.

Еще одним механизмом воздействия выступает массовое внушение.

Массовое внушение – вид социальной коммуникации, предполагающий некритическое восприятие группой людей определенной информации. Инициатором внушающего воздействия могут быть отдельный индивид, группа, СМИ. Одним из популярных методов массового внушения в наше время является реклама.

Этапы формирования толпы (Ю. А. Шерковин).

Спонтанно толпа образуется в результате какого-либо происшествия, которое привлекает внимание людей и пробуждает в них интерес. Будучи взволнованным этим событием, индивид, присоединившийся к группе собравшихся, уже готов утратить некоторую часть своего обычного самообладания и получать возбуждающую информацию от объекта интереса. Начинается *циркулярная реакция – сформировавшееся в результате стихийной коммуникации состояние психологической готовности к определенному развитию событий, побуждающее собравшихся к проявлению более или менее одинаковых эмоций и к удовлетворению новых эмоциональных потребностей через психическое взаимодействие.* Циркулярная реакция составляет первый этап формирования толпы.

Второй этап начинается вместе с началом *процесса кружения*, в ходе которого чувства еще больше обостряются и возникает состояние готовности к реагированию на информацию, поступающую от присутствующих. Внутреннее напряжение индивидов, возбужденных событием, побуждает их к движению и разговору друг с другом. В процессе кружения на основе продолжающейся и интенсифицирующейся циркулярной реакции возбуждение нарастает. Люди оказываются предрасположенными не только к совместным, но и к немедленным действиям.

Процесс кружения подготавливает собой третий этап формирования действующей толпы. Этот этап — *появление нового общего объекта внимания*, на котором фокусируются импульсы, чувства и воображение людей. Если первоначально общий объект интереса составляло возбуждающее событие, собравшее вокруг себя людей, то на этом этапе новым объектом становится *образ, создаваемый в процессе кружения в разговорах участников толпы.* Этот образ является продуктом группового творчества; он разделяется всеми, дает индивидам общую ориентацию и выступает в качестве объекта совместного поведения. Возникновение такого воображаемого объекта становится фактором, сплачивающим толпу в единое целое.

Последний этап в формировании действующей толпы составляет *активизация индивидов через дополнительное стимулирование путем возбуждения импульсов, соответствующих общему воображаемому объекту*. Такое — на основе внушения — стимулирование происходит чаще всего как

результат руководства лидера и побуждает индивидов, составляющих толпу, приступить к конкретным, часто агрессивным действиям.

Таким образом, для того чтобы предотвратить образование толпы или расформировать уже образовавшуюся толпу, необходимо переориентировать внимание составляющих ее индивидов. Решающее значение формирования образа аутгруппы, сосредоточения внимания на одном объекте предполагает концентрацию усилий в попытках прекращения возможного деструктивного поведения на перенесении внимания на несколько других объектов. Как только внимание индивидов в толпе оказывается разделенным между несколькими объектами, они сразу же образуют отдельные группы, и толпа, только что объединенная единым «образом», состоянием симпатии и готовностью к совместным действиям, быстро распадается.

Особенности поведения человека в толпе характеризуется следующими признаками:

*Снижение самоконтроля (интернальности***).** У человека усиливается зависимость от толпы, он неосознанно подчиняется внешнему влиянию большой группы людей, т. е. возрастает экстернальность его поведения и снижается способность к произвольной регуляции собственного поведения.

Деиндивидуализация поведения людей в толпе: они постепенно утрачивают индивидуальность своего поведения, как бы уравниваясь. Разные люди через поведение становятся похожими друг на друга. Термин деиндивидуализация был впервые введен Леоном Фестингером. Наиболее полно эта категория разработана Филиппом Зимбардо, считавшим, что пребывание человека в большой группе предоставляет ему «плащ анонимности», скрывающий личную ответственность за последствия собственных действий. Это приводит к потере идентичности и снижает заинтересованность в социальной оценке. Именно состояние деиндивидуализированности, иррациональности и регрессивности приводит к отклоняющемуся поведению, т.к. оно становится вне обычного социального и личного контроля. Деиндивидуализация способствует также росту агрессивности и экзальтированности, проявлению асоциального поведения.

Неспособность удерживать внимание на одном и том же объекте. Толпа в целом проявляет сниженные интеллектуальные качества по сравнению с составляющими ее индивидами, взятыми вне толпы. Среди особенностей интеллекта наиболее ярко проявляются возросшая *некритичность мышления и легкая переключаемость внимания,* которая определяется внешними условиями.

Характерные особенности переработки информации. Человек в толпе легко воспринимает разнообразную информацию, быстро перерабатывает ее и распространяет, при этом совершенно непроизвольно искажая, трансформируя воспринятую информацию, то есть порождая слухи.

Повышенная внушаемость. Человек в толпе легко может поверить в необычную информацию, заведомо невыполнимые обещания (например, политиков на выборах), следовать невероятным и нередко даже абсурдным призывам, лозунгам и т. п.

*Повышенная физическая, психофизиологическая и психическая активация***.** В толпе, особенно в активной, происходит мобилизация всех ресурсов индивида, поэтому в толпе человек может проявить такие физические и психологические качества, которые становятся ему недоступными вне толпы, например: поднять что-то тяжелое, сломать прочное, быстро бежать, высоко прыгнуть и т. п.

Нетипичность, необычность поведения. По сравнению с привычными, каждодневными условиями человек часто проявляет неожиданные даже для него самого формы поведения (часто он потом не может поверить, что то-то и то-то было совершено им). Поэтому поведение человека характеризуется *непредсказуемостью,* что характерно и для толпы в целом.

3. Слухи как социально-психологические феномен

Слухи — это форма искаженной информации о значимом объекте, циркулирующей в массе людей в условиях неопределенности и социально-психологической нестабильности.

Слухи помогают человеку адаптироваться к изменяющейся социальной среде, выполняя некоторые важные *функции*:

– с одной стороны, удовлетворяют естественную социальную потребность человека в познании окружающего мира, с другой — стимулируют эту потребность;

– в большой степени снимают или, по меньшей мере, снижают неопределенность относительно важных событий, в которой человек не может пребывать длительное время, т. е. слухи делают социальную среду для человека субъективно более ясной, понятной;

– слухи не только помогают человеку сориентироваться в ситуации, но и регулируют его поведение, которое в соответствии с ними может изменяться.

Типология слухов. Ю.А. Шерковин предлагает брать за основу типологии слухов две характеристики: *информационную* и *экспрессивную.*

В соответствии с информационной характеристикой слухи условно можно подразделить на четыре типа: 1) *абсолютно недостоверные слухи*; 2) *недостоверные слухи с элементами правдоподобия; 3) правдоподобные слухи и 4) достоверные слухи с элементами неправдоподобия.* Границы между этими четырьмя типами достаточно условны, и практика может представить трудно различимые пограничные случаи.

В соответствии с экспрессивной характеристикой и общим типом вызываемой эмоциональной реакции слухи можно подразделить на: 1) *слух-желание; 2) слух-пугало; 3) агрессивный слух*. По этой схеме на основе синтеза двух видов признаков может быть классифицирован любой слух, а его характеристики могут дать нити к выявлению психического состояния аудитории, в которой слух циркулирует, к определению мер для прекращения циркуляции слуха через восполнение имеющегося дефицита информации и через изменение психического состояния аудитории какими-либо иными способами.

Факторы возникновения слухов. Во-первых, слухи возникают в связи с важными для людей событиями или значимыми для них социальными

объектами (например, о предстоящей денежной реформе в России или какой-то надвигающейся угрозе для нормальной жизнедеятельности людей и т. п.) Информация о незначимом или значимом только для узкого круга людей обычно широко не распространяется.

Во-вторых, они возникают в условиях неопределенности, когда информация либо совсем отсутствует, либо явно недостаточна, либо является противоречивой и тем самым порождает неопределенность.

В-третьих, важным условием, способствующим зарождению и распространению слухов, является политическая и экономическая нестабильность в общности, в которую входит интересующая диффузная группа.

В-четвертых, благоприятным фактором порождения слухов становится желание людей стать свидетелями чего-то *необычного* в жизни, какой-то сенсации или чуда и т. п. В привычно текущей жизни, узнав информацию о необычном явлении, человек страстно стремится передать ее другим людям — это очень благоприятная почва для зарождения слухов.

Общая *стратегия профилактики слухов* состоит в том, чтобы противодействовать условиям, способствующим их возникновению и распространению. Поэтому, учитывая выше описанные благоприятные для слухов условия, необходимо следующее:

– добиваться высокой степени информированности больших диффузных групп о наиболее важных для них событиях, социальных условиях жизни и т. п.;

– информация при этом должна быть доступной для понимания и непротиворечивой, что позволит снимать неопределенность;

– в экстремальных условиях необходимо организовать регулярную работу специальных источников информации;

– целенаправленно снижать значимость тех социальных объектов, событий или явлений, вокруг которых прогнозируется возникновение слухов;

– позитивное профилактическое воздействие на слухи оказывают условия политической, экономической, межнациональной стабильности и устойчивости развития тех общностей, в которые входят большие диффузные группы (город, регион или общество в целом);

– в ситуациях, когда слухи уже возникли, важно выяснить их действительные причины и только после этого проводить разъяснительную работу, сделать эти причины достоянием людей, которые легче поймут и объяснят для себя складывающуюся социальную ситуацию и менее эмоционально будут к ней относиться и т. д.;

– в условиях, благоприятных для слухов, появляются их активные распространители (число и уровень их активности увеличиваются с возрастанием степени экстремальности условий жизни людей), которые могут представлять серьезную угрозу, поэтому необходимо выявлять распространителей слухов и нейтрализовывать их влияние на группу и др.

4. Паника как социально-психологические феномен.

Паника – стихийно возникающее состояние и поведение большой совокупности людей, находящихся в условиях поведенческой неопределенности в повышенном эмоциональном возбуждении от бесконтрольного чувства страха.

Наиболее важными *характеристиками паники* являются следующие:

– паника возникает, как и всякое массовое явление, в группах большой численности (толпе, многочисленной диффузной группе, массовом скоплении людей);

– паника вызывается чувством бесконтрольного (неуправляемого) страха, основанного на реальной или мнимой угрозе;

– паника — это чаще всего стихийно возникающее, неорганизованное состояние и поведение людей;

– для людей в паническом состоянии характерна так называемая поведенческая неопределенность (состояние растерянности, неясности как себя вести, поэтому возникает хаотичность в действиях и неадекватность поведения в целом).

Факторы возникновения паники.

1. Общая психологическая атмосфера тревоги и неуверенности большой группы людей в случаях опасности или в результате продолжительного периода переживания негативных эмоций и чувств (например, жизнь под регулярными бомбежками и т. п.), фактически является предпанической,т. е. предшествующей и способствующей возникновению паники.

2. Одним из решающих факторов является наличие возбуждающих и стимулирующих панику слухов.

3. Принципиальными оказываются и личностные качества людей, особенно наличие предрасположенности к панике у так называемых *паникеров.* Очень важным условием возникновения паники становится доля таких людей в большой группе. Известно, что иногда достаточно и 1% паникующих, чтобы паникой была охвачена вся многочисленная группа людей.

Возникновение панических состояний связано с целым рядом характеристик людей, особенно важными среди которых являются некритичность мышления, выраженная личностная тревожность и повышенная внушаемость, большая неуверенность, внезапный страх, чувство изоляции, сознание бессилия перед неотвратимой опасностью. Эти факторы вместе с явлениями социально-психологического порядка — отсутствием групповой солидарности, утратой доверия к руководству, дефицитом информации, снимающей личностные напряжения, или избытком информации, нагнетающей такие напряжения, – также приводят к уменьшению возможностей рациональной психической деятельности людей и правильной оценки ситуации.

При анализе каждого конкретного случая панического поведения следует принимать во внимание и *ряд специфических факторов*: общую атмосферу, в которой происходят события (степень социальной напряженности в первую очередь), конкретную ситуацию, характер происшедшего события и степень угрозы, которую оно несет, глубину и объективность информации об этой

угрозе, общую моральную и психическую стойкость участников поведения и первое движение людей сразу же после получения информации об опасности.

Возникновение и развитие паники характеризуется следующими этапами:

1) появление стимула к панике;

2) сильная эмоциональная реакция отдельных индивидов, которые начинаю метаться и сеять панику;

3) эмоциональное заражение окружающих, которые также приходят в паническое движение;

4) всеобщая паника, которая сопровождается криками, воплями тех, кто погибает в давке или паническом бегстве;

5) восстановление спокойствия в результате поредения толпы и потери сил, апатия.

В большинстве описанных случаев возникновение и развитие паники связано с действием шокирующего стимула, отличающегося чем-то заведомо необычным. Для того чтобы привести к настоящей панике, стимул должен быть либо достаточно интенсивным, либо длительным, либо повторяющимся (взрыв, сирена, серия гудков и т. п.). Он должен привлекать к себе сосредоточенное внимание и вызывать реакцию подчас неосознанного, животного страха. Первый этап реакции на такой стимул — потрясение, ощущение сильной неожиданности и восприятие ситуации как кризисной, критической и даже безысходной.

2) Второй этап реакции — замешательство, в которое переходит потрясение, и индивидуальные беспорядочные попытки как-то понять, интерпретировать произошедшее событие в рамках прежнего, обычного личного опыта или путем лихорадочного припоминания аналогичных ситуаций из чужого, заимствованного опыта. Когда необходимость быстрой интерпретации ситуации становится острой и требует немедленных действий, именно это ощущение остроты часто мешает логическому осмыслению происходящего и вызывает *страх*. Первоначально страх обычно сопровождается криком, плачем, двигательной ажитацией.

3) Если этот страх не будет быстро подавлен, то по механизму «*циркулярной реакции» и «эмоционального кружения*» развивается третий этап. На этом этапе *страх одних отражается другими*, что в свою очередь еще больше усиливает страх первых. Усиливающийся страх снижает уверенность в коллективной способности противостоять критической ситуации и создает смутное ощущение обреченности. Завершается все это действиями, которые представляются людям, охваченным паникой, спасительными. Хотя на деле они могут совсем не вести к спасению: это этап «хватания за соломинку», в итоге все равно оборачивающийся паническим бегством. Разумеется, за исключением тех случаев, когда бежать просто некуда. Тогда возникает подчеркнуто агрессивное поведение.

Внешне паника заканчивается обычно по мере выхода отдельных индивидов из этапа всеобщего бегства. Всеобщая усталость останавливает любые действия и эмоциональные переживания. Но паническое поведение не обязательно завершается бегством от опасности. Обычные следствия паники —

либо усталость и оцепенение, либо состояние крайней тревожности, возбудимости и готовности к агрессивным действиям. Реже встречаются вторичные проявления паники.

Оценивая весь цикл панического поведения, следует отметить следующее.

Во-первых, если интенсивность первоначального стимула очень велика, то все предыдущие этапы могут как бы «свертываться».

Во-вторых, словесное обозначение пугающего стимула в условиях его ожидания может само по себе непосредственно вызвать реакцию страха и панику даже до его появления.

В-третьих, всегда надо принимать во внимание ряд специфических факторов: общую социально-политическую обстановку, в которой происходят события, характер и степень угрозы, глубину и объективность информации об этой угрозе и т. д. Это имеет большое значение для прекращения или даже предотвращения паники.

Способы предотвращения и прекращения паники столь же многообразны, как и причины, порождающие панику. К ним можно отнести

1) на первом этапе – громкое и властное убеждение;

2) на втором – планирующие и регулирующие приказы неподверженных паническому состоянию личностей;

3) на третьем – применение сверхсильного раздражителя (предупредительного выстрела, громко переданного через мегафон приказ о прекращении паники с последующими указаниями действий).

Воздействие на паническое поведение, в конечном счете, представляет собой всего лишь частный случай социально-психологического воздействия на массы. Здесь действует общее по отношение к любой толпе правило: снизить интенсивность эмоционального заражения, вывести человека из гипнотического влияния данного состояния и рационализировать, индивидуализировать его психику.

Однако в случае паники есть и некоторые специфические вопросы. Во-первых, – это вопрос о том, кто станет образцом для подражания толпы. После появления угрожающего стимула (звук сирены, клубы дыма, первый толчок землетрясения, первые выстрелы или разрыв бомбы) всегда остается несколько секунд, когда люди оценивают произошедшее и готовятся к действию. Здесь им можно и нужно «подсунуть» желательный пример для вполне вероятного подражания. Кто-то должен крикнуть: «Ложись!», или: «К шлюпкам!», или: «По местам!». Соответственно, те, кто исполнят эту команду, становятся образцами для подражания. Жесткое управление людьми в панические моменты — один из самых эффективных способов ее прекращения.

Во-вторых, в случаях паники, как и массового стихийного поведения вообще, особую роль играет ритм. Стихийное — значит, неорганизованное, лишенное внутреннего ритма поведения. Если такого «водителя ритма» нет в самой толпе, он должен быть задан извне. Широкую известность приобрел случай, произошедший в 1930-е гг. после окончания одного из массовых митингов на Зимнем велодроме в Париже. Люди, ринувшись к выходу, начали давить друг друга, и все было готово к трагическому концу. Однако в проеме

лестницы случайно оказалась группа приятелей-психологов, которые, сообразив, что может сейчас начаться, начали громко и ритмично скандировать потом уже ставшее знаменитым: «Не-тол-кай!». Скандирование данного лозунга-приказа было мгновенно подхвачено большинством присутствовавших, и паника прекратилась.

Роль ритмической и, отдельно, хоровой ритмической музыки, имеет огромное значение для регуляции массового стихийного поведения. Например, она может за секунды сделать его организованным. Не случайно субботники и воскресники, демонстрации и прочие массовые или псевдомассовые акции советской эпохи встречали людей бравурной, маршевой, зажигающей музыкой. Известна роль хорового пения солдат на марше. Не случайно большинство революционных песен, написанных в разные времена, разными людьми в разных странах, имеют сходную ритмику. Чилийская Venceremos, американская We shall overcome, французская «Марсельеза» или польская «Варшавянка» — ритм всех этих песен, наряду с соответствующим содержанием, был своеобразным средством противостояния страху и панике в острых ситуациях.

Тема 15 Современные проблемы прикладной социальной психологии

1. Специфика прикладного исследования в социальной психологии

2. Традиции социальной психологии в анализе проблем управления и промышленного производства

3. Прикладные исследования в области политической психологии

4. Массовая коммуникация и реклама

1. Специфика прикладного исследования в социальной психологии

Бурное развитие социально-психологических исследований в значительной мере было стимулировано именно потребностями практики. Действительно, социальная психология зарождалась в основном как прикладная дисциплина. В тридцатые и сороковые годы, когда социальная психология стала самостоятельной областью науки, стимулом для исследований служили текущие социальные проблемы (например, борьба с предрассудками или понимание динамики роста влияния фашизма) или планировалось прямое использование полученных результатов во время Второй мировой войны (например, разработка методов убеждения и пропаганды).

После войны социальные психологи попытались улучшить репутацию своей дисциплины, отказавшись от прикладных исследований и обратившись к чистой науке. Однако в наше время маятник, по-видимому, опять качнулся в сторону прикладных исследований. Хотя эта тенденция еще не стала массовой, но все больше социальных психологов взвешивают доводы за и против проведения прикладных исследований. Появляется все больше работ по таким предметам, как психология и закон, психология здоровья, экологическая психология и политическая психология. В этих областях создаются новые журналы и профессиональные организации. Н

Некоторые ученые рассматривают эту усиливающуюся тенденцию как возврат к истокам социальной психологии. Курт Левин, «отец» социальной психологи и, со всей очевидностью демонстрировал свою приверженность к практическим исследованиям и к применению социально-психологической теории для решения социальных проблем, и нынешнее поколение ученых следует его примеру. Некоторые утверждают, что сдвиг в направлении прикладных исследований произошел лишь недавно и является реакцией на социальные беспорядки шестидесятых годов и ответом на призыв Джорджа Миллера, президента Американской психологической ассоциации, «поделиться с обществом плодами психологической науки. Тем не менее при любой интерпретации причин совершенно очевидно, что прикладные исследования социальных проблем являются процветающей и быстро развивающейся областью современной социальной психологии.

Специфические черты прикладных исследований в социальной психологии.

*1)В*сякое социально-психологическое исследование, проведенное «в поле» – это вмешательство исследователя в жизнь реальной группы, где складываются определенные взаимоотношения, живут и действуют реальные люди с реальным миром своих собственных мыслей, чувств, отношений. Приход социального психолога в эту реальную ситуацию человеческой жизнедеятельности не должен разрушить этот естественный процесс. Руководящим принципом работы здесь должен быть тот же принцип «Не навреди!». Именно здесь возникает ряд *затруднений.*

2) Они связаны с особенностями применяемых в социальной психологии методик. Стратегия прикладного исследования построена на взаимодействии исследователя с людьми, включенными в реальный процесс жизнедеятельности. Но человек в реальной социальной ситуации – это не испытуемый в лаборатории. Он, прежде всего, член своего коллектива, исполнитель особых функций, и исследование ценно тем, что фиксирует именно эту его деятельность. Это дает большой выигрыш полевому социально-психологическому исследованию, помогает избежать стерильности ситуации, возникающей в лаборатории, но это же и заставляет улавливать такие переменные, которые чрезвычайно трудно учесть.

3) Другой вопрос касается самого времени проведения прикладного исследования. Все методики громоздки, их применение требует времени. Нет единого мнения, когда и как лучше проводить.

4) Особое значение приобретает и соблюдение ряда этических норм. Социальный психолог, проводящий прикладное исследование, выполняет заказ администрации, руководства и т.д. Выявление ряда характеристик групп, их климата сплошь и рядом влечет за собой – эксплицитно или имплицитно – определенные критические замечания, часто в адрес тех людей, от деятельности которых зависят недостатки и которые в то же время являются заказчиками исследования. Социальный психолог должен быть осмотрителен, чтобы своим вмешательством не осложнить отношений в реальном коллективе. Очень важно абсолютно точно обозначить свою роль, объяснить цель исследования, свои собственные функции и задачи. При изложении этих

вопросов он должен соблюдать все те правила, которые требуются задачей исследования.

5)Свойственная всякому прикладному исследованию трудность в отношении языка резко возрастает в социальной психологии. Для социальной психологии особенно сложно пользоваться теми понятиями, которые имеют большое распространение в обыденной речи и обрастают часто случайными коннотациями. Первая проблема, которая встает перед социальным психологом, заключается в своеобразной адаптации этого языка по отношению к испытуемому. При этом важны не только термины, но и контекст, в котором они применяются людьми на основе их собственной жизненной позиции.

Другая сторона проблемы языка прикладного исследования связана с применением некоторых специальных социально-психологических терминов, которые в силу ряда обстоятельств оказываются как бы скомпрометированными их употреблением за пределами науки, например, «конформист», «авторитарный лидер», «формальная группа» и т.д. Социальный психолог не может не считаться с нормами повседневного употребления терминов, при которых такие ситуации становятся возможными.

6) Более значимы проблемы, связанные с возможным искажением социально-психологической информации, возникшим в условиях реальной жизни, и с вопросами этики. Поэтому проведение прикладного исследования требует от социального психолога высоких нравственных качеств и чувства социальной ответственности. Все должно быть подчинено главному – умению понять свое исследование в контексте реальной жизни, реальных требований общества, реального права каждого человека на то, что вмешательство науки не принесет ему дополнительных осложнений, а тем более вреда.

2. Традиции социальной психологии в анализе проблем управления и промышленного производства

Потребность в социально-психологических исследованиях в условиях современного общества возникает во многих областях общественной жизни: в сфере экономических отношений, в средствах массовой информации, политике, сфере обслуживания. В последние годы психолога можно встретить в рекламном агентстве, банке, штаб-квартире политической партии, государственном комитете. Появляются практические социально-психологические центры и фирмы. К социальной психологии обращаются также и специалисты в педагогике, юриспруденции, медицине. Существуют большие возможности использования прикладной психологии и в средствах массовой коммуникации: печати, телевидении, радио. Работа в этой сфере может касаться проблем эффективности восприятия тех или иных сообщений, впечатления, которое производит человек.

Социальная психология в разнообразных прикладных вопросах становится одной из наиболее популярных отраслей современной психологии. За последнюю четверть XX века, например, количество периодических изданий по социальной психологии возросло более чем в два раза.

Известный российский психолог Б.Д. Парыгин выделяет следующие области практического применения социальной психологии как науки: экономика, право, политика, быт, наука, искусство, религия, философия. В настоящее время у нас в стране и за рубежом развиваются такие направления прикладной социальной психологии как психология производства, управления, торговли и рекламы, политическая психология, психология религии.

Промышленное производство явилось одним из главных заказчиков на прикладные социально-психологические исследования. Хотя проблемы *управления* производством можно отнести к общей проблематике психологии управления, за социальной психологией промышленного предприятия остается собственный круг вопросов, прежде всего – проблемы формирования производственных коллективов.

Раскрыть психологический климат можно, обозначив как минимум три ряда отношений:

– отношения между членами коллектива по вертикали (руководство, восприятие руководителя коллективом и, наоборот, степень участия в управлении, удовлетворенность степенью);

– отношения между членами коллектива по горизонтали (сплоченность коллектива, характер межличностных отношений, типы и способы разрешения конфликтов);

– отношение к труду (удовлетворенность трудом, эффективность деятельности коллектива и т.п.) (Русалинова, 1977).

В области отношений по горизонтали обычно выделяют исследование характера деловых отношений между членами коллектива (требовательность, взаимопомощь, соревнование, формы и способы организации совместной деятельности), а также межличностных отношений (традиционно здесь исследуется система положительных и отрицательных эмоциональных связей, психологический статус каждого члена коллектива, система оценок и самооценок членов группы).

Своеобразной сквозной темой прикладных исследований является проблема управления. Социальная психология имеет здесь свой собственный достаточно четко обозначенный аспект (Свенцицкий, 1986). Одной из важных частей в нем является вопрос о необходимых руководителю психологических качествах.

Задача психолога, работающего в сфере управления – не просто проведение прикладных исследований по предлагаемым темам, но и своего рода пропаганда социально-психологических знаний с целью формулирования своей проблематики. Смысл этой деятельности должен заключаться в том, чтобы объяснить заказчику, что в состоянии предложить ему социальная психология и так, чтобы эти предложения базировались на действительных возможностях науки. Именно здесь он должен доказать и необходимость, и возможность, и обоснованность определенного набора проблем. Профессиональная подготовка обязывает его занять активную позицию, основанную как на понимании реальных проблем управления, так и на четком представлении о возможностях социальной психологии.

Самостоятельный блок проблем в связи с психологией управления представляет относительно новая область социальной психологии, получившая название *«организационное развитие»*. Эта проблематика возникла первоначально не в недрах социальной психологии, в ее создании принимали участие и виднейшие социологи, и социальные психологи: А.Маслоу, Ф.Херцберг, К.Арджирис и др. В самом широком смысле слова организационное развитие означает создание особой культуры по использованию различных технологий для совершенствования поведения индивидов и групп в организации, особенно в том, что касается принятия решений, разрешения конфликтов, развития сети коммуникаций. В более узком смысле организационное развитие предполагает обеспечение таких условий, при которых организация становится самообновляющейся системой, изменяющейся в зависимости от изменения ее целей, когда разработан механизм непрерывного совершенствования структуры с учетом требований роста организации, повышения ее эффективности.

Наряду с этим в программу организационного развития входит и огромная работа с персоналом. Перед психологом встает задача обеспечения трех видов изменений: 1) «изменение» людей, что подразумевает изменение стиля их поведения в соответствии с новыми условиями в организации, их квалификации, ценностных ориентации и т.п.; 2) изменение управленческих технологий, что включает в себя совершенствование методов принятия решений, формирования команд и пр.; 3) изменение самой структуры организации, что предполагает изменение ее целей для лучшей адаптации к изменениям во внешней среде, совершенствование системы коммуникаций и т.д.

3. Прикладные исследования в области политической психологии

Прикладные исследования и практическая работа социального психолога в сфере *политики* – относительно новая сфера деятельности в нашей стране, хотя вообще такой опыт в мировой социальной психологии давно накоплен. Первые работы, принадлежащие Г.Лассуэллу, относятся к 30-м гг. Обозначена специальная ветвь социальной психологической науки – «политическая психология», в фундаментальных работах по которой выявлен круг и практических ее приложений (М.Герман, И.Джанис, В.Стоун, П.Шаффнер). Перечень проблем политики, в анализе которых есть место для социальной психологии – это психологические факторы принятия политических решений, психологические условия их восприятия; роль личностных характеристик и имиджа политического деятеля; политическая социализация и многое другое. Однако проблемы эти в большей степени разработаны как теоретические.

Возможность практического использования социальной психологии в политике определяется двумя факторами. Психологию следует использовать в политике в том, и только в том случае, если действия основных участников политического процесса могут быть объяснены психологическими феноменами — установками, типом социализации, восприятием себя и друг друга и т.д.

Вторым фактором является наличие в арсенале социально-психологических методов таких, которые могут быть применены для решения политических проблем. (Г озман Л.Я., Шестопал Е.Б).

Гозман выделяет следующие направления работы социального психолога в этой области.

1. Участие в разработке и принятии решений (с учетом фактора восприятия этих решений гражданами).
2. Систематический анализ динамики общественного мнения. Здесь речь идет не об отношении к каждому конкретному решению, а об общем представлении в массовом сознании тех или иных политических, экономических и социальных реалий.
3. Прямое консультирование политических деятелей перед их публичными выступлениями. Работа, которая выполняется при этом, сходна с работой в рекламе: она обозначается как создание имиджа, т.е. определенного образа.
4. Создание психологических портретов оппонентов, а в более широком смысле – психологическое обеспечение различного рода переговоров.

Последнее время в связи с изменением судебной реформы и появлением суда присяжных социальная психология нашла свое практическое приложение в *исследовании коммуникации участников судебного процесса*, изучении факторов, обусловливающих выход юриста из профессиональной роли в ходе судебного процесса и переход на другие позиции (гражданскую, морализаторскую, воспитательную и т.п.); в изучении условий перехода присяжных заседателей из позиции «зрителя» в позицию «деятеля» и обратно и т.д.

4. Массовая коммуникация и реклама.

Система средств массовой информации и пропаганды не может развиваться, не опираясь на научные исследования, в том числе и на исследования социальных психологов, поэтому проблематика социально-психологических исследований в этой сфере разрабатывается достаточно активно. Все компоненты пятичленной формулы, раскрывающей структуру коммуникативного процесса, являются объектами прикладных исследований: коммуникатор, сообщение, аудитория, канал, эффективность. В каждой из групп исследований, посвященных изучению отдельного компонента, выделились наиболее важные и интересные темы.

К социально-психологическим исследованиям в области массовой коммуникации тесно примыкают и исследования в области *рекламы*. Их оживление в последние годы тоже заметно в связи с новыми запросами практики. Использование социально-психологических знаний в области рекламы позволяет оценить воздействие рекламной компании, выявить причины популярности/непопулярности магазина или товаров, исследовать мотивацию покупателей и т.д. Формы деятельности психолога здесь весьма многообразны, и работа эта относительно хорошо обеспечена достаточно прочной традицией изучения рекламы в мировой социальной психологии.

2 Практический раздел: планы семинарских занятий и материалы для них

Занятие по теме 1 Социальная психология как наука и сфера практической деятельности

Учебные вопросы темы

1. Основные стадии становления социальной психологии как научной отрасли.
2. Направления и школы современной зарубежной социальной психологии
3. История становления и развития отечественной социальной психологии
4. Предмет социальной психологии

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Укажите и охарактеризуйте центральные проблемы, исследовавшиеся представителями социальной мысли до появления социальной психологии.
2. Какие идеи философской мысли находят свое место в более поздних социально-психологических концепциях?
3. Назовите психологические, исторические и культурных предпосылки возникновения социальной психологии
4. В чем состояла программа Психологии народов и каково ее методологическое влияние на современную социальную психологию?
5. Выделите основные характеристики психологии народов
6. Охарактеризуйте социально-политический контекст, в котором в XIX в. психология толпы оформилась в самостоятельное научное направление.
7. Когда социальная психология впервые заявила о себе в качестве самостоятельной дисциплины?
8. Назовите первые публикации по социальной психологии, знаменовавшие формально год рождения социальной психологии на Западе
9. Какова основная причина кризиса западной социальной психологии в 1960-1970-е годы
10. Какие периоды выделяются в истории отечественной социальной психологии?
11. Какой вклад Н К. Михайловского в зарождение социальной психологии в России?
12. В чем состоят основные заслуги В. М Бехтерева в развитии социальной психологии
13. Какова роль А. С. Макаренко в исследованиях психологии коллектива и личности?
14. Каковы особенности конституирования социальной психологии как научного знания?
15. Какие представления о предмете сложились в западной социальной психологии?

Вопросы для размышления и обсуждения

1. Почему невозможно сформулировать единое, общепринятое определение предмета социальной психологии?

2. В чем, на ваш взгляд, заключается практическая значимость изучения социальной психологии?

3.Как бы Вы определили задачи социальной психологии в педагогической сфере?

4. Чем могут помочь знания по этому предмету педагогу-практику или школьному психологу?

Занятие по теме 2 Методология и методы социально - психологического исследования

Учебные вопросы темы

4. Специфика научного исследования в социальной психологии

5. Количественные методы социально-психологического исследования

6. Качественные методы социально- психологического исследования

Виды заданий УСР с учетом модулей сложности

А) *Задания, формирующие знания по учебному материалу на уровне узнавания:*

1. Методологической основой экспериментальной социальной психологии является:

А) экзистенциональная философия

Б) позитивизм

В) конструктивизм

Г) когнитивизм

2. К отличительным особенностям социально-психологического эксперимента относится:

А) введение испытуемых в заблуждение

Б) использование правдоподобного сценария

В) участие сообщника экспериментатора

Г) все ответы верны

3. Анкетирование, как метод социально- психологического исследования это:

А Целенаправленная, заранее запланированная беседа с испытуемым

Б Краткое стандартизированное задание, ограниченное во времени и направленное на изучение отдельных индивидуальных особенностей личности

В Преднамеренное, целенаправленное восприятие и регистрация социальных фактов, явлений

Г Письменная система вопросов, направленная на выявление мнений или оценок

4.Изучение документов, сочинений, рисунков и др. – соответствует методу

А) Наблюдения

Б) Констатирующего эксперимента

В) Изучения продуктов деятельности

Г) Опроса

5. Эмпирический метод изучения межличностных отношений, разработанный Я. Морено, называется:

А) анализом продуктов деятельности

Б) проективным методом

В) социометрией

Г) социоматрицей

6. Метод социометрии предполагает

А) изучение социально - психологических явлений и процессов в различных условиях без вмешательства в их течение

Б) ответы испытуемых на конкретные вопросы

В) изучение межличностных отношений в группе

Г) выявление круга референтных лиц

Форма выполнения заданий – индивидуальная.

Форма контроля выполнения заданий – тест.

Б) *Задания, формирующие компетенции на уровне воспроизведения*:

1. Раскройте особенности социально-психологического исследования по сравнению с другими социальными науками, например, социологией?

2. Чем отличаются количественные методы от качественных?

3. Перечислите недостатки количественных методов?

4. В чем преимущества качественных методов?

5.Какие методы относятся к количественным, а какие к качественным?

5. В чем преимущества эксперимента?

6. Как решить этические проблемы, возникающие при использовании эксперимента?

7. Каковы достоинства и недостатки включенного и невключенного наблюдения?

8. В чем особенности использования метода контент-анализа текстовой информации?

9. Для решения каких задач используется социометрический метод?

Форма выполнения заданий – индивидуальная.

Форма контроля знаний: устный опрос

В) *Задания, формирующие компетенции на уровне применения полученных знаний:*

Выполните следующие задания:

Задание 1.1: Скрытые методы измерения из книги Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб, Издательство «Питер», 2000. –С. 56–57.

1Задание 1.3: Что такое этические проблемы из книги Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб, Издательство «Питер», 2000. – С.58–60.

Форма выполнения заданий – индивидуальная.

Форма контроля знаний: защита творческих работ.

Занятие по теме 3 Проблема личности в социальной психологии. Самость и Я -концепция личности

Учебные вопросы темы

1. Самость, Я-концепция, идентичность
2. Современные описания структуры и содержания Я-концепции.
3. Особенности формирования Я-концепции
4. Динамика развития самости и механизмы ее психологической устойчивости

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Раскройте специфику личностной проблематики в социальной психологии
2. Раскройте Ваше понимание Я-концепции личности
3. Сформулируйте основные положения Я- концепции Р.Бернса.
4. 3.Как соотносятся друг с другом конпитивный, аффективный и оценочный компоненты Я-концепции?
5. Что входит в репертуар возможных «Я»?
6. Что представляет собой социальная идентичность человека? Чем она отличается от личностной?
7. Как с точки зрения Дж. Мида и Ч. Кули формируется Я-концепция?
8. Какова роль принципа социального сравнения в формировании Я-концепции?
9. Какие функции социального сравнения выделил Л. Фестингер?
10. Как объясняет процесс формирование Я-концепции теория самовосприятия Д.Бема?
11. _____ Какие механизмы психологической защиты обеспечивают устойчивость Я-концепции?

12. _____ Какие когнитивные стратегии способствуют улучшению образа Я?

13. _____ Какие самоудовлетворяющие предубеждения используют люди в целях сохранения позитивного самоотношения?

Вопросы для размышления и обсуждения

1. В чем необходимость введения в социальную психологию столь обширной категории, каковой является «самость»?

2.Обоснуйте, чем обусловлено столь сильное влияние на формирование содержания Я-концепции непосредственного социального окружения человека?

Практическое задание:

Методика для измерения возможных «Я».

Вам представлены, главным образом, традиционные личностные характеристики. Список расположен в трех столбцах. Вы можете дополнить этот список социальными ролями (например, профессиями), жизненными стилями, характеристиками внешности и способностей, оценочными суждениями со стороны окружающих. Подготовьте четыре таких бланка. В первом отметьте те качества, которые вы *хотели бы* иметь. В следующем бланке укажите характеристики, которые вы *могли бы* иметь; в третьем – качества, которыми вы *обладаете сейчас*; в четвертом – то, каким вы *боитесь* стать.

Характеристика		**Характеристика**		**Характеристика**	
дружелюбный		терпимый		мечтательный	
отзывчивый		педантичный		честный	
вдумчивый		завистливый		интеллигентный	
недальновидный		усердный		презираемый	
Целеустремленный		притворщик		аморальный	
хитрый		невезучий		замкнутый	
болтливый		ответственный		эгоистичный	
настойчивый		жизнерадостный		одинокий	
больной		наглый		заурядный	
волевой		ленивый		небрежный	

После заполнения всех четырех бланков сведите результаты в одну таблицу. Обсудите отношения между различными аспектами Я-концепции. В частности, можно подсчитать коэффициенты корреляции между разными самостями. Если все студенты в группе использовали единый список характеристик, вы можете объединить данные в один массив и применить методы статистического анализа.

Вопросы:

Почему каждый из аспектов Я-концепции рекомендуется описывать на отдельном бланке? Можете ли вы предложить другие грани Я-концепции, интересные для исследования? Можете ли вы усмотреть закономерности в выборе характеристик разных самостей? В каком случае указывается больше свойств, в каком меньше? Как вы интерпретируете личностные качества, которые выбраны для описания всех предложенных самостей? Что вы можете сказать о диагностическом потенциале возможных «Я»?

Занятие по теме 4 Социализация личности: социально - психологический аспект

Учебные вопросы темы

1. Сущность социализации как социально-психологического феномена
2. Теоретические подходы к проблеме социализации
3. Институты социализации и механизмы их влияния

Виды заданий УСР с учетом модулей сложности

А) *Задания, формирующие знания по учебному материалу на уровне узнавания:*

1. В социальной психологии социализация понимается как:

А) процесс социального развития человека;

Б) процесс приобретения социального опыта;

В) процессии и результат усвоения и последующего воспроизведения индивидом социального опыта

Г) специально организованная деятельность с целью передачи социального опыта индивиду и формирования у него социально желательных стереотипов поведения, качеств и свойств личности.

2. К социально-психологическим механизмам социализации относятся:

А) подражание

Б) идентификация

В) убеждение

Г) все ответы верны

3.Институты социализации – это группы:

А) выступающие по отношению к индивиду в качестве носителей различных норм и ценностей

Б) задающие систему внешней регуляции поведения индивида

В) не имеющие четкой и однозначной системы ценностей
Г) верны ответы А и Б

4.Целенаправленные процессы социализации реализуются прежде всего:

А) через средства массовой информации
Б) через социальные ситуации реальной жизни
В) в воспитании и обучении
Г) в процессе общения индивида в неформальных группах

5.В психоаналитической традиции Смелзер называет следующие механизмы социализации
А) имитация
Б) идентификация
В) подражание
Г) внушение

Форма выполнения заданий – индивидуальная.
Форма контроля выполнения заданий – тест.

Б) *Задания, формирующие компетенции на уровне воспроизведения*:
1. Раскройте сущность социализации личности?
3. Перечислите основные направления социализации и дайте
4. В чем сущность социализации с позиции бихевиорального подхода
5. Как описывается процесс морального развития в теории Л. Колберга?
6. Какие механизмы социализации выделены в психоаналитической традиции?
7. Перечислите институты социализации и раскройте механизмы их влияния
8. Какие факторы социализации действуют стихийно, а какие целенаправленно?

Форма выполнения заданий – индивидуальная.
Форма контроля знаний: устный опрос, обсуждение рефератов.

В) *Задания, формирующие компетенции на уровне применения полученных знаний:*
1. Обоснуйте, что в большей степени предопределяет усвоение и воспроизводство социального опыта человека: стихийное или целенаправленное влияние социализации?
2. Предположите и обоснуйте, какие новые особенности социализации человека могут появиться в XXI веке, исходя из тенденций развития общественной жизни, науки, производства, политики и т д.?
3. Почему механизмы социализации рассматриваются как относительно сложные способы усвоения социального опыта? В чем заключается их сложность?
Форма выполнения заданий – индивидуальная.

Форма контроля знаний: защита учебных заданий

Занятие по теме 5 Социальное познание личности.

Учебные вопросы темы

1. Современные когнитивистские модели рассмотрения личности
2. Социально-познавательные процессы.
3. Самопрезентация или управление впечатлением о себе.
4. Межличностная аттракция и ее характеристика.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Проведите сравнительный анализ подходов к личности как к субъекту социального познания.
2. Охарактеризуйте основные единицы социально–познавательной активности.
3. Приведите примеры использования когнитивных схем в собственной познавательной практике.
4. Обоснуйте иррациональность и адаптивность значения эвристических суждений.
5. Как решается вопрос об искренности субъекта самопрезентации в социальной психологии?
6. Проведите сравнительный анализ подходов к мотивам самопрезентации.
7. По каким критериям выделяются тактики и стратегии самопрезентации в классификации А. Шутц?
8. Какая из тактик управления впечатлениями, выделенных Р. Бэроном, усиление собственной позиции или усиление позиции собеседника является более эффективной?
9. Что такое межличностная аттракция?
10. 2. Какие теоретические подходы сложились в социальной психологии к проблеме аттракции и в чем заключаются их особенности и отличия?
11. Охарактеризуйте механизмы возникновения аттракции
12. Назовите основные факторы межличностной аттракции
13. Объясните действие физической привлекательности на возникновение аттракции
14. 6. Чем можно объяснить влияние сходства установок на межличностную аттракцию?
15. Раскройте смысл эффекта простой экспозиции (Р.Зайонц).

Вопросы для размышления и обсуждения

1. Встречались ли Вам ситуации, в которых Вы пользуетесь прототипной точкой зрения, а также обстоятельства, когда Вы пользуетесь

категориальными образцами?

2. Когда вы, как правило, бываете уверены в своих суждениях о других людях? Когда Вам кажется, что лучше бы быть менее категоричными?

3. При каких условиях стереотипы оказались бы полезны?

4. Постарайтесь вычленить наиболее характерные черты известных Вам групп национальных меньшинств. Проанализируйте, какие черты преобладают в сделанных Вами описаниях.

5. Что можно сделать для исправления необоснованных социальных стереотипов? Выделите механизмы познания людей, которые наиболее часто Вами используются?

6. По каким признакам Вы можете определить, что новый знакомый ведет себя искренне или неискренне, занимается самопрезентацией?

7. Какие техники самоподачи Вы используете для презентации окружающим образа-Я в различных ситуациях?

*Задание 1 :*Проанализируйте статью Д. Канемана и А. Тверски «О психологии прогнозирования» (Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. — СПб.: Питер, 2001. С. 120–136).

Задание 2 :

Выберите один из сценариев: «Поездка в поезде», «Болезнь», «Празднование дня рождения», «Экзамен», «Свидание». Попытайтесь воспроизвести в памяти все основные события этого сценария. Выделите нормативную, с вашей точки зрения, последовательность действий или событий. Отметьте возможные отклонения от этой последовательности. Что в вашем сценарии связано с собственными действиями, что – с намеренными действиями других участников, а что – с происшествиями? Представьте полученный сценарий графически.

После того, как вы кратко запишите или схематически зарисуете весь сценарий, попытайтесь определить функции отдельных элементов (поступки, события, предметы). Попробуйте мысленно удалить некоторые элементы и оценить правдоподобность и прототипичность всего сценария.

Обсудите полученные схемы в аудитории. Велика ли индивидуальная изменчивость сценариев? Какое содержание и какую последовательность событий и действий вы считаете нормативными после группового обсуждения? Попытайтесь выделить инвариант сценариев и, если возможно, типы событийных схем.

Задание 3: Прочитайте и проанализируйте статью М. Снайдера «Когда вера создает реальность: самоподтверждающее влияние первых впечатлений на социальное взаимодействие» (Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. – СПб.: Питер, 2001. – С. 140 –148).

Занятие по теме 6 Социальное объяснение

Учебные вопросы темы

1. Понятие каузальной атрибуции. Теоретические подходы к процессу атрибутирования

2 . Ошибки и тенденциозности в процессе атрибуции и их источники

3. Стилевые особенности атрибутирования. Феномен наученной беспомощности.

4. Атрибутивная терапия

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. В чем своеобразие атрибутивного подхода к объяснению социально–психологической феноменологии?
2. Для чего Ф. Хайдер вводит теоретическую модель «человека как наивного ученого»?
3. Что означает корреспондирующий вывод Джонса и Дэвиса?
4. В чем заключается своеобразие ковариационного подхода к атрибутированию Г. Келли?
5. Что обусловливает формирование наученной беспомощности?
6. Какие стратегии преодоления наученной беспомощности используются в психокоррекционной работе и в чем заключается их своеобразие?
7. В чем заключается смысл атрибутивной терапии?
8. Какие сложности присущи процессу атрибутивной терапии и с чем они связаны?

Вопросы для размышления и обсуждения

В русских народных сказках описывается влияние на героя «приворотного зелья». В инструкции по применению указывается, что после употребления зелья герой влюбится в первую встретившуюся ему девушку. Объясните механизм действия приворотного зелья, используя понятие фундаментальной ошибки каузальной атрибуции.

Задание 1: Проанализируйте статью Эдварда Э. Джонса и Ричарда Э. Нисбета «Действующее лицо и наблюдатель: различия в восприятии причин поведения» (Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. – СПб.: Питер, 2001. – С. 149–163).

Задание 2: Ознакомьтесь с исследованиями К. Двек по атрибуции учебных успехов и неудач в школе (Росса Л., Нисбет Р. Человек и ситуация. Перспективы социальной психологии. – М., 1999) и разработайте программу «атрибутивного реструктурирования» учебных неудач студентов.

Тема 7 Поведение личности и установка

Учебные вопросы темы

1. Социальная установка (аттитюд): определения и концептуальные особенности

2. Влияние установок на поведение и опосредующие факторы

3. Влияние поведения на установки личности и его теоретические обоснования

4. Изменение аттитюдов. Убеждение и его социально-психологическая характеристика.

5. Социальные предубеждения как вид социальной установки

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Охарактеризуйте трехкомпонентную и одномерную модели структуры установки
2. Какое место занимает теория когнитивного диссонанса в нашем понимании функций установок?
3. Какие функции выполняют установки индивида? Приведите примеры для каждой функции установок.
4. Назовите причины рассогласования аттитюда и поведения
5. Какие современные модели установки разъясняют процессы связи аттитюда и поведения?
6. При каких условиях поведение, противоречащее установке, может привести к ее изменению?
7. Каковы условия возникновения когнитивного диссонанса?
8. При каких условиях за противоречащим установкам поведением следуют изменения установок? Почему эти условия играют столь важную роль с точки зрения теории когнитивного диссонанса?
9. В чем суть эффекта недостаточного оправдания?
10. Сравните различные теоретические интерпретации изменения установки в результате контрустановочного поведения
11. Объясните суть эффекта сверхоправдания.
12. В чем сходства и различия между моделью уточнения вероятности и эвристически – систематической моделью?
13. Объясните, как двухпроцессные модели формирования убеждений описывают отношения между качеством аргументации, источниками информации, мотивацией и возможностями переработки
14. Что означает психологическое прививание и как оно осуществляется?
15. Дайте определение понятия «предубеждение»
16. Какие теоретические подходы к исследованию предубеждений вам известны?
17. В чем заключается проявление этноцентризма в отношениях между представителями разных этнических групп?
18. В чем заключается сущность внутригруппового фаворитизма?
19. Каким образом можно снизить эффект межгрупповой дискриминации в от ношениях между группами?
20. Какое объяснение феномена дискриминации в экспериментах с минимальными внутригрупповыми связями является наиболее приемлемым?

21. Охарактеризуйте вклад теории социальной идентичности в понимание межгруппового поведения групп, обладающих различным статусом.

22. Какие способы ослабления конфликта между группами являются наиболее перспективными?

Вопросы для размышления и обсуждения

1. Опишите собственную систему установок относительно какого-либо значимого для вас объекта. Определите каждый из пяти компонентов и объясните, каким образом эта установка может сыграть позитивную роль в формировании образа вашего «Я».

1. Перечислите причины, по которым общественные кампании в защиту здорового образа жизни достигли успеха, и миллионы людей решили бросить либо не начинать курить.

2. Какие контраргументы нашлись у рекламистов для каждой из указанных причин?

3. Как вам кажется, почему эти доводы эффективно воздействуют на одних людей и не срабатывают в других случаях?

4. Вспомните событие из собственной жизни, когда, по вашему мнению, самоатрибуция послужила причиной изменения вашей установки или заставила вас эмоционально отреагировать на произошедшее. Объясните, почему вы так считаете, и опишите ситуативные факторы и личностные условия (ваше внутреннее состояние), которые способствовали «включению» процесса самоатрибуции.

5. В эксперименте Леона Фестингера и Мэррил Карлсмит испытуемым приходилось в ходе эксперимента выполнять бессмысленное задание: перекладывать в течение часа катушки с подноса на стол и обратно со стола на поднос. После того, как одни участники эксперимента «отрабатывали» свою долю бессмыслицы, их просили, чтобы они сказали другим студентам, ожидавшим своей очереди для участия в эксперименте, что это исследование очень полезное, поучительное и в высшей степени интересное. Причем, одним за обман платили по доллару, другим — по 20. Позднее в вопросниках об отношении к эксперименту каждый участник, за плату обманывавший других, выражал свое отношение к исследованию. Л. Фестингер и М. Карлсмит установили, что группы испытуемых (те, которым платили по 1 доллару за ложь, и те, которые получали по 20 долларов) по-разному оценивали эксперимент. В одной группе участники сочли эксперимент более интересным. Какая это была группа? Аргументируйте свой ответ с позиции теории когнитивного диссонанса.

Практическое задание 1: Используя принципы атрибуции, самоубеждения и диссонанса, наметьте программу, с помощью которой можно добиться, чтобы старшеклассники, в данный момент не интересующиеся учебой, а) старательнее работали над учебными заданиями и б) полюбили ходить в школу и находиться в ней.

Практическое задание2. Представьте, что перед Вами стоит задача составить и подготовить к публикации сообщение, которое призывает студентов бросить курить. Опишите, как будет строится ваше сообщение, Кто донесет его до людей? Какие психологические законы и процессы необходимо учитывать при его составлении? Кто наиболее заинтересуется этим сообщением? Какие средства массовой информации и какое «сопровождение» следует использовать и почему?

Практическое задание 3 : Проанализируйте статью Роберт С. Бэрон, Мэри Л. Берджис, Чуан Фен Као «Выявление и осуждение предрассудков: замечаем ли мы проявления сексизма у женщин?» (Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. — СПб.: Питер, 2001. – С. 182–199).

Практическое задание 4 : Проанализируйте статью Джудит Родин и Эллен Лангер «Ярлыки старения» (Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. — СПб.: Питер, 2001. – С. 327–344).

Практическое задание 5 : Проанализируйте статью Карл О. Уорд,Марк П. Занна, Джоэл Купер «Невербальные способы передачи самоисполняющихся пророчеств при межрасовом взаимодействии» (Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. — СПб.: Питер, 2001. – С. 345–361).

Практическое задание 6: Гендерные стереотипы в средствах массовой информации.

Многое из того, что мы узнаем о мужчинах и женщинах, зависит от того, какими мы видим их по телевизору и в кино, на страницах газет и журналов. Как средства массовой информации изображают мужчин и женщин? На этот вопрос вы и попытаетесь ответить, выполняя данное задание.

Выберите какое-нибудь средство массовой информации — свою любимую газету, журнал, телепрограмму (новости, сериал, мультфильмы, музыкальные видеоклипы), радиопрограмму (новости, народная музыка, рок-музыка и т. п.). Решите, какую выборку вы возьмете для своего исследования (неделя, семь номеров, десять часов и т. п.) и какой именно материал вы собираетесь наблюдать. Записывайте релевантные данные.

1. Каким источником вы воспользовались (тип носителя информации)?
2. Что вы смотрели (рекламу, мультфильмы и т. п.)?
3. Как вы собирали данные? (В какое время? Как часто? И т. п.). Что именно вы наблюдали? (Какую телевизионную программу? В течение скольких часов? Какой журнал вы читали? Сколько номеров?)
4. Какие темы, имеющие отношение к тендерным вопросам, вы обнаружили?

Занятие по теме 8 Просоциальное и агрессивное поведение.

Учебные вопросы темы

1. Феномен просоциального поведения: теоретические подходы
2. Социализация альтруистического поведения и ее особенности.
3. Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения
4. Условия снижения агрессивности.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Перечислите мотивы просоциального поведения, с точки зрения теории социального обмена.
2. Как объясняет альтруизм гипотеза сопереживания—альтруизма?
3. На соблюдение каких норм ориентировано оказание помощи?
4. В чем видит причину альтруизма модель генетического детерминизма?
5. Назовите *с*итуационные факторы, способствующие оказанию помощи.
6. В чем суть «эффекта очевидца»?
7. Каковы характеристики просоциальной личности?
8. Укажите пути формирования просоциального поведения.
9. Выделите наиболее характерные признаки агрессивного поведения
10. Охарактеризуйте основные типы агрессивного поведения
11. В чем причина агрессии с точки зрения психоаналитического подхода?
12. Раскройте происхождение агрессии на примере фрустрационной теории?

Вопросы для размышления и обсуждения:

1. Мотивы просоциального поведения являются эгоистическими или альтруистическими?
2. Как Вы объясните тот факт, что просоциальное поведение редуцируется, если нарушается личный стандарт справедливости?
3. Какие ситуационные факторы усиливают или ослабляют просоциальное поведение, осуществляемое в соответствии с нормой социальной ответственности?
4. Возможно ли уменьшить диффузию ответственности, часто наблюдаемую в чрезвычайных ситуациях?
5. Возможно ли сочетать различные объяснения просоциального поведения для прогнозирования оказания помощи, или же эти подходы взаимно исключают друг друга*?*
6. В чем причины воздействия сцен насилия в СМИ на агрессию?
7. В чем причина агрессивного поведения различного рода фанов?
8. Какова роль общества и семьи в снижении агрессии?

Практическое задание 1. Существует много способов оценки распространенности просоциального или альтруистического поведения в обществе, в том числе непосредственное наблюдение и интервью. В обществе, которое так сильно зависит от средств массовой информации, одним из весьма эффективных способов изучения распространенности просоциального

поведения и ее сравнения с распространенностью антисоциального поведения является изучение освещения этого поведения в программах новостей.

Проанализируйте содержание ваших любимых телевизионных выпусков новостей в течение одной недели и запишите число сообщений о просоциальных и антисоциальных событиях, а также число нейтральных событий. Включайте в графу просоциальных событий добрые поступки, оказание помощи, награды, благотворительные пожертвования и рассказы об успехах. К категории антисоциальных новостей относите сообщения о войнах, убийствах, изнасилованиях, актах вандализма и словесных нападках. Нейтральные новости будут включать в себя биржевые отчеты, прогнозы погоды, спортивные результаты, сообщения о новых законах или ценах на продукты питания и тому подобную информацию. Подробно описывайте эти пункты, особенно те из них, которые нельзя однозначно отнести к какой-либо категории, чтобы их можно было потом обсудить на занятиях.

Проанализируйте:

1. Сколько вы насчитали просоциальных событий? Антисоциальных? Нейтральных?

2. Какие выводы можно сделать из ваших результатов?

3. Отражает ли частота сообщений о просоциальных событиях в программах новостей их истинную частоту в реальной жизни?

Практическое задание 2. ПРИМЕРЫ ТЕЛЕВИЗИОННОГО НАСИЛИЯ

Многие социальные комментаторы отмечают, что телевидение оказывает огромное влияние на нашу жизнь. По оценкам, в 96% американских семей есть телевизоры. Для семей с маленькими детьми эта доля еще выше и достигает 99%. Статистика говорит о том, что эти телевизоры находятся во включенном состоянии в среднем в течение 6 часов в сутки и что маленькие дети относятся к категории самых заядлых телезрителей. Некоторые критики заявляют, что мультфильмы, которые специально предназначены для детей, относятся к телепередачам, в которых показывают больше всего насилия. Насколько верно это утверждение? Выполняя это задание, вы будете собирать некоторые данные, относящиеся к этому вопросу. Вам надо посвятить три часа времени «прайм-тайм» просмотру телепередач — отведите по одному часу на передачи каждого из трех видов: а) детские мультфильмы; б) детские передачи, но *не* мультфильмы; в) передачи для взрослых. «Прайм-тайм» для детей — это обычно утреннее время, особенно по субботам, а «прайм-тайм» для взрослых — вечернее время, обычно после 21 часа. При просмотрепередач регистрируйте *количество* показанных в них актов насилия каждого типа. Количество актов насилия, в которых: 1) жертвы явно испытывают боль; 2) насилие остается безнаказанным; 3) акты насилия совершает «плохой парень»; 6) акты насилия совершает «хороший парень». Общее количество актов насилия.

1. Кратко опишите передачи, которые вы смотрели в каждой из трех категорий (укажите дату и время):

Детские мультфильмы;

Детские передачи (не мультфильмы);

Передачи для взрослых.

2. Обобщите свои наблюдения. Какие вы заметили примеры, касающиеся присутствия или отсутствия насилия в передачах или типов демонстрируемого насилия? Были ли различия в количестве показанного насилия между мультфильмами и двумя другими видами передач (не мультфильмами)? Были ли различия по этому же показателю между детскими передачами (как мультфильмами, так и не мультфильмами) и передачами для взрослых?

3. Обсудите вашу интерпретацию этих примеров. Что бы вы могли ответить людям, которых беспокоит насилие в телепередачах?

Тема 9 Общение как организация и процесс взаимодействия между субъектами

Учебные вопросы темы

1. Общение как социально-психологическое понятие

2. Общение как организация и процесс взаимодействия между субъектами (интерактивная сторона общения).

3. Стратегии взаимодействия.

4. Межличностный конфликт и его характеристика.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Какие ключевые признаки содержатся в определении общения?

2. Перечислите функции общения, попробуйте самостоятельно подобрать примеры, раскрывающие смысл каждой из них.

3. Какие виды межличностного общения Вы знаете? Назовите цель и специфические черты каждого вида.

4. В чем состоит сходство императивного и манипулятивного общения? Чем они принципиально отличаются от диалога?

5. Охарактеризуйте гуманистический тип межличностного общения.

6. Какие Эго-состояния выделяются Э.Берном в структуре личности?

3. Что составляет содержание каждого состояния «Я»

4. Какие виды транзакций лежат в основе конфликтного взаимодействия?

5. Какие виды транзакций являются основой игр?

6. Как называется методический прием для изучения типов контроля и исходов, разработанный Д. Тибо и Г. Келли?

7. Каково практическое приложение матрицы исходов, разработанной Д. Тибо и Г. Келли?

8. Перечислите стратегии взаимодействия К.Томаса и охарактеризуйте каждую из них

9. Дайте определение межличностного конфликта

10 Выделите структурные компоненты конфликта и стадии его протекания

11 Выделите негативные функции конфликта

12 Назовите способы разрешения конфликтных ситуаций

Практическое задание 1:

Составьте диалоги и приведите примеры реакций из различных Эго-состояний

Практическое задание 2:

Отреагируйте на данные ситуации из состояния «Я-взрослый»

«Ваш коллега попросил у вас на несколько дней ценные рабочие материалы — «посмотреть». Вернул только через неделю и в очень неприглядном, местами — не читабельном» виде. И тут вы ему говорите...»

«В магазине вы покупаете кусочек мяса. К собственноручно вами выбранному куску продавец добавляет неаппетитный довесок «для собачки». И тут вы ему говорите...»

«Вы — страстный селекционер, выращиваете на даче редкие сорта тюльпанов (купили луковицы за приличные деньги). У соседки, с которой у вас нормальные отношения, — спаниель. Однажды утром вы выходите во двор и видите, что грядка с тюльпанами изрыта наглыми собачьими лапами. И тут вы соседке говорите...»

Занятие по теме 10 Общение как обмен информацией между субъектами

Учебные вопросы темы

1. Коммуникация как процесс установления контактов между субъектами взаимодействия.
2. Модель коммуникативного процесса Г. Лассуэлла.
3. Средства коммуникации.
4. Коммуникативные барьеры

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Назовите особенности межличностной коммуникации
2. Какую роль в процессе общения выполняет механизм обратной связи?
3. В чем психологический смысл коммуникативных барьеров?
4. Приведите примеры различных коммуникативных барьеров.
5. Как взаимосвязаны невербальная и вербальная коммуникация?
6. Какие основные функции в межличностном общении выполняет невербальная коммуникация?
7. Перечислите важнейшие невербальные средства передачи информации партнеру по общению

Вопросы для размышления и обсуждения:

Нужно ли скрывать от партнера по общению свои истинные чувства? Почему?

2. Какие существуют способы выражения чувств? Отметьте наиболее эффективные. Почему именно они?

3. Каковы принципы эффективной передачи обратной связи и критических замечаний партнеру по общению?

4. Используя книгу Е. Мелибруды «Я-Ты-Мы» (М.: Прогресс, 1986) и статью М. Хазановой в книге «Общение и диалог в практике обучения,

воспитания и психологической консультации» проанализируйте проблему выражения чувств партнерами по общению и ответьте на вопросы:

Занятие по теме 11 Общение как процесс восприятия и познания людьми друг друга.

Учебные вопросы темы

1. Понятие о социальной перцепции.
2. Механизмы взаимопонимания и установления эмоциональных отношений.
3. Эффекты восприятия и познания в процессе общения

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Какие Вы знаете механизмы социальной перцепции? Охарактеризуйте роль и возможности каждого.
2. Какие механизмы межличностного восприятия искажают образ воспринимаемого человека?
3. Приведите примеры проявления эффектов восприятия.
4. В чем психологическая суть «эффекта ожидания»? Опишите его поведенческие проявления в учебно-воспитательном процессе.
5. Какие психологические особенности наблюдателя влияют на процесс социального познания?
6. Какие психологические особенности прежде всего фиксируются в наблюдаемом в процессе формирования первого впечатления о человеке?

Вопросы для размышления и обсуждения

1. Выделите механизмы познания людей, которые наиболее часто Вами используются?
2. По каким признакам Вы можете определить, что новый знакомый ведет себя искренне или неискренне, занимается самопрезентацией?
3. Какие техники самоподачи Вы используете для презентации окружающим образа-Я в различных ситуациях?

Задание 1: Прочитайте и проанализируйте статью М. Снайдера «Когда вера создает реальность: самоподтверждающее влияние первых впечатлений на социальное взаимодействие» (Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. – СПб.: Питер, 2001. – С. 140 –148).

Занятие по теме 12 Малая группа как социально - психологический феномен

Учебные вопросы темы

5. Понятие малой группы, ее отличительные признаки и виды
6. Структура малых групп.
7. Формирование и развитие малой группы
8. Групповая сплоченность

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Дайте определение малой социальной группы
2. Чем отличаются группы членства и референтные группы?
3. Назовите функции референтных группы?
4. В чем различие формальной и неформальной групп?
5. Перечислите основные параметры анализа группы.
6. Что подразумевается под социометрической структурой малой группы? Каковы ее важнейшие характеристики?
7. Какие типы коммуникативных сетей Вам известны? Охарактеризуйте каждый из них.
8. Какие эмпирические методы исследования малых групп Вам известны?
1. Какие динамические модели структуры малой группы вам известны и в чем их принципиальное отличие?
2. Перечислите основные процессы, происходящие в малой группе, и кратко охарактеризуйте каждый из них
3. Опишите основные стадии, которые проходит в своем развитии малая группа в теории А.В.Петровского
4. Перечислите механизмы групповой динамики, как Вы думаете, какой из этих механизмов играет большую роль в развитии студенческой группы?

Практическое задание: проведите социометрическое исследование студенческой группы или школьного класса, проанализируйте его статусную структуру, систему взаимных выборов, наличие микрогрупп и отношения между ними, сделайте выводы и дайте рекомендации кураторам (классным руководителям) по оптимизации статусной структуры группы.

Занятие по теме 13 Взаимодействие индивида и малой группы. Феномены малой группы

Учебные вопросы темы

1. Феномены малой группы и их характеристика.
2. Феномен группового давления.
3. Лидерство в малой группе

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Раскройте смысл эффекта социальной фасилитации?
2. В чем суть эффекта социальной лености, каковы способы ее снижения?
3. Перечислите признаки огруппления мышления.
4. Опишите негативные последствия *«огруппленного» мышления.*
5. Раскройте причины *«огруппленного» мышления* и способы его предотвращения.
6. В чем психологический смысл конформного поведения?

7. Разведите понятия «конформизм» и «конформность».
8. Назовите основные причины конформизма?
9. От каких факторов зависит уровень конформности человека?
10. Опишите, в чем проявляется конформное поведение молодежи? Приведите конкретные примеры.
11. Перечислите условия влияния меньшинства
12. Назовите отличие руководства и лидерства.

3. Как Вы можете определить феномен лидерства? В чем отличие лидера и «звезды»?
4. Кто становится лидером с точки зрения теории черт?
5. Как объясняет происхождение лидерства ситуационная теория?
6. Какие типы лидеров Вам известны?

Занятие по теме 14 Психология больших социальных групп

Учебные вопросы темы

1. Большая социальная группа как социально-психологический феномен
2. Психология толпы. Социально-психологические механизмы взаимодействия людей в толпе
3. Слухи как социально-психологические феномен
4. Паника как социально-психологические феномен.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Что является основным критерием отнесения образования людей к большой группе?
2. Какие виды больших групп выделяют в социальной психологии?
3. Какие образования относят к организованным группам?
4. Какие группы называют стихийными? Чем они отличаются между собой?
5. Каковы основные свойства аудитории?
6. Что такое толпа, каковы ее основные признаки?
7. Какие критерии полагаются в основание классификации толпы?
8. Какие разновидности толпы Вам известны и в чем их отличия?
9. Охарактеризуйте основные механизмы психического воздействия, определяющие процессы в больших группах.
10. Что такое циркулярная реакция? Каковы особенности проявления циркулярной реакции?
11. Назовите особенности поведения человека в толпе?

Вопросы для размышления и обсуждения:

1. Приведите примеры поведения людей в толпе, свидетелем которого вы были.
2. Какие из разновидностей толпы представляют наибольшую опасность и почему?

3. Какие условия порождают изменения в поведении людей в толпе?

4. Подумайте, почему люди теряют контроль над собой в толпе.

5. Опишите, какие трансформации могут происходить с толпой.

Занятие по теме 15 Современные проблемы прикладной социальной психологии

1. Специфика прикладного исследования в социальной психологии
2. Традиции социальной психологии в анализе проблем управления и промышленного производства
3. Прикладные исследования в области политической психологии
4. Массовая коммуникация и реклама.

Виды заданий УСР

Задания, формирующие компетенции на уровне применения полученных знаний:

Практическое задание:

Представьте себе, что вы профессиональный агент изменений и вас наняли на работу, которая заключается в том, чтобы внести изменения в одну из следующих областей:

А. Добиться того, чтобы люди прекратили дискриминацию против конкретной группы меньшинства (например, нанимали на работу больше людей, принадлежащих к этой группе, или изменили свое отношение к этой группе).

Б. Добиться того, чтобы люди приняли какое-либо поведение, способствующее сохранению окружающей среды (например, сократили потребление бензина или подвергали отходы вторичной обработке).

В. Убедить людей голосовать за определенного политика, который в данный момент по данным опросов общественного мнения сильно отстает в популярности.

Г. Какая-либо другая проблема, выбранная вами.

Ответьте на приведенные ниже вопросы, предполагая, что у вас имеется доступ к достаточному количеству денег или ресурсов, необходимых для проведения идеальной кампании по осуществлению выбранного вами изменения.

В своей работе укажите, каковы будут ваши конкретные цели, а затем наметьте шаги, которые вы предпримете для их достижения. Там, где это необходимо, приведите теоретические принципы (следование примеру, подкрепление, диссонанс, реактивное сопротивление и т. д.), которые вы используете при разработке своей методики изменений.

1. Какую из проблемных областей вы выбрали для своей работы?

2. Перечислите конкретные цели, которые вы ставите перед своей программой изменений. Другими словами, какое реальное поведение людей

будет свидетельствовать о том, что в результате ваших усилий произошли изменения (например, более положительные результаты анкетирования по шкале установок, снижение количества поездок на автомобиле)?

3. Какие методы вы будете использовать, чтобы добиться изменений, перечисленных в пункте 2?

Приведите конкретные примеры, например, как будут выглядеть ваши агитационные плакаты, что вы будете говорить людям, проводя кампанию посещений на дому, или какие вы будете использовать стимулы или вознаграждения?

4. На каких теоретических принципах основывается ваша методика? Например, если вы будете выдавать по пять копеек всем, кто сдает стеклянные или пластиковые бутылки в переработку, то ваш метод будет основан на принципе подкрепления.

5. Как вы узнаете о том, что ваша программа изменения поведения привела к успеху? То есть как вы будете оценивать фактические изменения в поведении, которые перечислены в пункте 2?

Практическое задание2:

Почти все мы переживали когда-нибудь опыт контакта с какой-либо большой организацией, такой как больница, школа, агентство по оказанию услуг или военная часть. Попав в такую организацию, мы чувствуем себя не людьми, а номерами или объектами. Короче говоря, мы чувствуем себя *обезличенными*.

Какие факторы участвуют в создании этого ощущения обезличенности? Вспомните один из случаев в своей жизни, когда вы, попав в такую организацию, переживали ощущение обезличенности, и попытайтесь как можно конкретнее определить, почему вы испытывали такое чувство.
1. Кратко опишите организацию, где вы испытывали ощущение обезличенности.

2. Какой вклад в обезличивание внесли *материальные* аспекты этой организации (например, одинаковое для всех оборудование или форменная одежда; длинные коридоры, где находятся кабинеты, в которых сидят люди, не общающиеся с другими людьми)?

3. Какую роль в вашем обезличивании сыграли *процедурные* аспекты организаций (например, правила, предписывающие, что вы должны говорить или делать, длительное ожидание в очереди)?

4. Как повлияли на ваше обезличивание *межличностные* аспекты организации (например, отсутствие зрительного контакта при общении, использование стандартной формы письменных обращений)?

5. Какие изменения вы порекомендовали бы внести, чтобы уменьшить ощущение обезличенности, испытываемое клиентами или пациентами организации?

Практическое задание3:

Составьте «рекламное предложение» курса «Социальная психология»

Форма выполнения заданий – индивидуальная.
Форма контроля знаний: защита творческих работ.

3 Раздел контроля знаний

3.1 Тестовые задания для текущего контроля знаний

Инструкция для студента

Если Вы хотя бы один раз прочитали учебное пособие по социальной психологии «Введение в социальную психологию» В.А.Янчука или любое другое качественное пособие, соответствующее программе курса «социальная психология», то оснований для волнения нет: Вы успешно сдадите тест. Для этого необходимо внимательно прочитать предложение в каждом пункте и завершить его, выбрав «мышкой» наиболее подходящий вариант из четырех расположенных ниже.

1. Отрасль психологического знания, изучающая закономерности общения и деятельности людей, включенных в разнообразные социальные группы, а также психологические характеристики этих групп, называется

А) педагогическая психология
Б) социальная психология
В) психология развития
Г) дифференциальная психология

2. Официальной датой оформления социальной психологии как самостоятельной области знания считается:

А) 1879 – время открытия экспериментальной психологической лаборатории в Лейпциге
Б) 1874 – время открытия центра понимания устной речи
В) 1920 – время опубликования 10-томника «Психология народов»
Г) 1908 – время опубликования учебников «Введение в социальную психологию» и «Социальная психология»

3. На стыке каких наук возникла социальная психология:

А) психологии и социологии;
Б) философии и социологии;
В) философии т психологии;
Г) психологии масс и философии.

4. Научными предпосылками зарождения социальной психологии как самостоятельной науки являются:

А) развитие языкознания
Б) развитие криминологии
В) развитие антропологии
Г) все ответы верны

5. Автор первого зарубежного учебника по социальной психологии (1908 г):

А) В. Меде
Б) Дж. Морено
В) У. Мак-Дугалл
Г) Г. Олпорт

6. К предшественникам современной социальной психологии относятся:

А) психология народов
Б) психология познания
В) психология масс
Г) психология бессознательного

7. В концепции инстинктов социального поведения утверждается, что:

А) основу социального поведения человека составляют инстинкты
Б) людей вместе (в обществе) удерживает стадный инстинкт
В) инстинкты у человека преобразуются в определенные чувства
Г) все ответы верны

8. В какой современной концепции воплощена идея Г. Тарда о подражании как механизме социального поведения?

А) теория самоактуализации А. Маслоу
Б) теория социального научения А. Бандуры
В) теория когнитивного диссонанса Л.Фестингера
Г) теория социальной идентичности Г. Тэшфела

9. Значение психологии народов заключается в том, что:

А) обосновывается существование коллективной психики и сознания, не сводимых к индивидуальному сознанию
Б) поставлен вопрос о взаимоотношении массы и элит общества
В) социальное поведение интерпретируется как спонтанное движение к цели
Г) показано существование феноменов, которые порождены не индивидуальным, а коллективным сознанием

10. Непосредственными создателями психологии масс были:

А) М. Лазарус, Г. Штейнталь
Б) С. Сигеле и Г. Лебон

В) В. Мак-Дугалл
Г) Г. Тард

11. Концепция *психологии масс* содержит в себе важные социально-психологические закономерности:

А) взаимодействия людей в толпе
Б) отношений масс и элиты
В) влияния массовой культуры на общественное и индивидуальное сознание
Г) все ответы неверны

12. Какими чертами, по мнению Г. Лебона, характеризуется поведение человека в толпе:

А) обезличивание
Б) утрата личной ответственности
В) преобладание чувств над интеллектом
Г) все ответы верны

13. К отличительным особенностям социально-психологического эксперимента относится:

А) введение испытуемых в заблуждение
Б) использование правдоподобного сценария
В) участие сообщника экспериментатора
Г) все ответы верны

14. Кому из отечественных ученых принадлежит социально-психологическая концепция массовых социальных движений

А) П.Л. Лаврову
Б) Н. И. Карееву
В) М.М. Ковалевскому
Г) Н.К. Михайловскому

15. В структуре предмета социальной психологии выделяют следующие аспекты:

А) личность в группе и общении
Б) общение
В) социальные группы
Г) все ответы верны

16. Кто из российских ученых провел первые социально-психологические эксперименты

А) В.М. Бехтерев
Б) М.В. Ланге
В) В.А.Артемов
Г) К.Н.Корнилов

17. Центральной идеей бихевиоризма в социальной психологии является:

А) идея подкрепления

Б) идея наказания

В) идея поощрения

Г) идея неизбежности влияния

18. В рамках психоаналитического направления в социальной психологии утверждается, что основным источником активности индивида является:

А) социальные стимулы, порождаемые другими индивидами

Б) образы ситуации, возникающие у индивида

В) стремление снять внутреннее напряжение за счет удовлетворения первичных потребностей

Г) стремление увеличить напряжение за счет фрустрации первичных потребностей

19. В рамках интеракционизма коммуникация рассматривается прежде всего как:

А) обмен транзакциями между индивидами

Б) согласование поведения индивидов в группе

В) ценностый обмен

Г) совместное принятие решения в группе

20. К когнитивистскому направлению в социальной психологии относятся:

А) теория сбалансированных структур Ф.Хайдера

Б) теория конгруэнтности Ч.Осгуда и П.Танненбаума

В) теория когнитивного диссонанса Л.Фестингера

Г) верны все ответы

21. Источник социального поведения индивида усматривается сторонниками гуманистической психологии в:

А) стремлении личности к совершенству

Б) стремлении индивида к редукции напряжения

В) игнорировании биологических потребностей

Г) игнорировании социального давления

22. Точки зрения о том, что самосознание индивида – это результат социального взаимодействия, в ходе которого человек приучается смотреть на себя как на объект, придерживался

А) Г.Келли

Б) Дж. Мид

В) Г. Олпорт
Г) все ответы не верны

23. Кто из ученых рассматривает самость как отражение мыслей других людей по поводу самого себя

А) Г.Олпорт
Б) Ч. Кули
В) К.Юнг
Г) К. Роджерс

24. Какие компоненты самости выделял Ч. Кули:

А) представление о том, каким я кажусь другим людям
Б) представление об оценке, которую дает человек моему образу
В) чувство гордости или унижения
Г) все ответы верны.

25. Относительно устойчивая, в большей или меньшей степени осознанная система представлений индивида о самом себе – это:

А) самость
Б) Я-концепция
В) личностная идентичность
Г) проприум

26. К компонентам Я–концепции относятся:

А) описательный
Б) нормативный
В) рефлексивный
Г) оценочный

27. Компонентами Я–концепции Не являются:

А) поведенческий
Б) нормативный
В) рефлексивный
Г) оценочный

28. Я-концепция выполняет следующие функции:

А) способствует внутренней согласованности личности
Б) определяет интерпретацию опыта
В) является источником ожиданий
Г) все ответы верны

29. Элемент Я-концепции, порождаемый членством в социальной группе, называется

А) статус
Б) личностная идентичность

В) социальная идентичность
Г) самость

30. К принципам формирования Я-концепции личности относятся:
А) интернализация
Б) социальное сравнение
В) самоатрибуция
Г) все ответы верны

31. Процесс формирования представлений о самом себе, как интернализацию мнений и оценок значимых других, рассматривали
А**)** З.Фрейд
Б) Дж. Мид
В) Ч. Кули
Г) Л. Фестингер

32. Л. Фестингер выделяет следующие функции социального сравнения:
А) нормативная
Б) сравнительная
В регулятиная
Г) саморазвития

33. Представители какого подхода акцентируют свое внимание на социально-познавательной активности личности
А) когнитивного
Б) интеракционистского
В) психодинамического
Г) социально-конструктивистского

34. Проблема взаимодействия ситуативного и личностного аспектов социального поведения, является отличительной чертой
А) когнитивного подхода
Б) интеракционистского подхода
В) психодинамического подхода
Г) социально-конструктивистского подхода

35. В социальной психологии социализация понимается как:
А) процесс социального развития человека;
Б) процесс приобретения социального опыта;
В) процессии и результат усвоения и последующего воспроизведения индивидом социального опыта
Г) специально организованная деятельность с целью передачи социального опыта индивиду и формирования у него социально желательных стереотипов поведения, качеств и свойств личности.

36. К социально-психологическим механизмам социализации относятся:

А) подражание

Б) идентификация

В) убеждение

Г) все ответы верны

37. Институты социализации – это группы:

А) выступающие по отношению к индивиду в качестве носителей различных норм и ценностей

Б) задающие систему внешней регуляции поведения индивида

В) не имеющие четкой и однозначной системы ценностей

Г) верны ответы А и Б

38. Целенаправленные процессы социализации реализуются прежде всего:

А) через средства массовой информации

Б) через социальные ситуации реальной жизни

В) в воспитании и обучении

Г) в процессе общения индивида в неформальных группах

39. В психоаналитической традиции Смелзер называет следующие механизмы социализации

А) имитация

Б) идентификация

В) подражание

Г) внушение

40. **Понятие атрибуции, как и модель наивного ученого, были введены**

А) Ф. Хайдером

Б) Л. Фестингером

В) С. Ашем

Г) Г. Келли

41. Описание поведения человека подобного поведению ученого, анализирующего информацию перед принятием соответствующего решения, дает

А) модель последовательной или рационализирующей личности

Б) модель наивного ученого

В) модель практикующего обработку данных

Г) модель когнитивного скряги

42. Рассмотрение человека как достаточно ленивого по своей природе и включающего когнитивные ресурсы в процесс переработки информации только в исключительных случаях, характерно для модели

А) последовательной или рационализирующей личности

Б) наивного ученого

В) практикующего обработку данных

Г) когнитивного скряги

43. Модель «когнитивного скупца» реализуется в ситуациях

А) дефицита времени и информации

Б) высокой ответственности

В) не требующих сконцентрированности

Г) зависимости от других людей

44. К основным процессам социального познания НЕ относятся

А) категоризация

Б) социализация

В) схематизация

Г) стереотипизация

45. Ментальные модели типичных качеств, свойственных членам некоторой группы или категории, – это

А) категории

Б) схемы

В) прототипы

Г) стереотипы

46. Какие из приведенных определений Не верны? Схемы личностей – это:

А) индивидуализированные структуры знаний о конкретных людях и их особенностях

Б) ментальные структуры, предполагающие, что определенные черты характера и типы поведения составляют единое целое и что люди, наделенные ими и ведущие себя соответствующим образом, представляют определенный тип

В) ментальные структуры, содержащие информацию об определенных ситуациях или событиях

Г) все определения не верны

47. Структуры знаний о требованиях, предъявляемых к определенным социальным ролям, относятся к:

А) схемам ролей

Б) схемам личности

В) схемам события

Г) сценариям

48. Упрощенные, шаблонные способы рассуждений, используемые людьми при принятии решений и формировании прогнозов – это:

А) эвристики
Б) стереотипы
В) схемы
Г) все ответы не верны

49. Эвристики с наибольшей вероятностью используются в условиях:

А) дефицита времени
Б) дефицита информации
В) перегрузки информации
Г) все ответы верны

50. Какие из рассуждений можно отнести к эвристикам:

А) «Не могут же все ошибаться»
Б) «Не станут же нас обманывать»
В) «Специалист знает лучше меня»
Г) все ответы верны

51. Термин «эвристики репрезентативности» принадлежит

А) Э. Тверски и Д. Канеман
Б) Ч. Кули и Дж. Мид
В) Е. Джонс и К. Дэвис
Г) Э. Джоунс и Р. Нисбет

52. К механизмам поддержания устойчивости самости Не относятся

А) отрицание
Б) рационализация
В) проекция
Г) подражание

53. Отметьте синонимы понятия «самопрезентация»:

А) управление впечатлением
Б) самоподача
В) самопредъявление
Г) все ответы верны.

54. Термин «самопрезентация» введен

А) И. Гоффманом
Б) Р. Чалдини
В) Д. Бемом

Г) Г. Мидом

55. Основными мотивами управления впечатлением являются:

А) стремление человека получить социальное одобрение и достижение значимых социальных целей

Б) достижение власти и контроля над окружением

В) поддержания завышенной самооценки

Г) все ответы верны

56. Люди с высоким показателем по самомониторингу по сравнению с людьми, обладающими низким показателем по самомониторингу:

А) лучше приспосабливаются к взглядам аудитории

Б) меньше интересуются своими истинными установками в принятии решений

В) имеют узкий круг знакомых и приятелей

Г) мало интересуются физической привлекательностью (внешним видом)

57. Классификация стратегий самопрезентации А. Шутц включает следующие стили:

А) ассертивный

Б) агрессивный

В) защитный

Г) все ответы верны

58. Каузальная атрибуция - это:

А) характерные для конкретной социальной ситуации признаки;

Б) изначальные свойства социального объекта;

В) феномен социального взаимодействия, состоящий в интерпретации индивидом причин поведения других людей и своего собственного;

Г) процесс познания индивидом закономерностей своего существования в обществе

59. Правдоподобное объяснение человеком самому себе причинности происходящего – это:

А) атрибутирование

Б) стереотипизация

В) социальное объяснение

Г) социальное познание

60. Кто из ниже перечисленных авторов разрабатывал теории атрибуции

А) Ф. Хайдер

Б) Е. Джонс и К. Дэвис

В) Г. Келли

Г) все ответы верны

61. Основной целью каузальной атрибуции является:

А) прогнозирование поведения партнера по общению

Б) установление межличностных контактов

В) самопрезентация

Г) оправдание ожиданий

62. Согласно теории соответствующих предположений людям свойственно считать, что поведение других людей отражает их устойчивые черты, когда их поведение

А) выбрано свободно, завершается нетипичным, характерным образом является социально нежелательным

Б) навязано человеку, является уникальным, не подтверждает ожиданий

В) находится под контролем внешней угрозы, ординарно, социально желательно

Г) все ответы не верны

63. Классическая теория атрибуции Г. Келли, предполагающая множественность наблюдений, называется:

А) личностной

Б) фундаментальной

В) консенсусной

Г) ковариационной

64. К параметрам теории каузальной атрибуции Г. Келли относятся:

А) согласованность (общепринятость)

Б) постоянство

В) дифференциируемость

Г) все ответы верны

65. Согласно ковариационной модели атрибуции Г.Келли поведение окружающих объясняется внешними причинами в тех случаях, когда их поведение

А) согласовано, постоянно и дифференцировано

Б) не согласовано, не постоянно и дифференцировано

В) согласовано, не постоянно и не дифференцировано

Г) не согласовано, постоянно и дифференцировано

66. Согласно ковариационной модели атрибуции Г. Келли поведение окружающих объясняется их внутренними причинами в тех случаях, когда поведение

А) не согласовано, постоянно и не дифференцировано

Б) согласовано, постоянно и дифференцировано
В) согласовано, не постоянно и не дифференцировано
Г) не согласовано, постоянно и дифференцировано

67. Склонность людей рассматривать собственное поведение как типичное, строя предположения, что и другие люди в подобного рода ситуациях будут вести себя сходным образом, называется
А) эффектом ложного социального согласия
Б) эффектом Ореола
В) эффектом Лапьера
Г) парадоксом осознания

68. Склонность приписывать причины собственного поведения ситуативным факторам, а причины поведения других людей — диспозиционным (внутренним) называется
А) эффектом ложного социального согласия
Б) эффектом Ореола
В) эффектом Лапьера
Г) эффектом «деятеля—наблюдателя»

69. Эффект «деятеля и наблюдателя» Э. Джоунс и Р. Нисбет объясняют:
А) различиями в информации, доступной деятелю и наблюдателю
Б) различным уровнем образования деятеля и наблюдателя
В) предрассудками деятеля и наблюдателя
Г) различным фокусом внимания деятеля и наблюдателя

70. Тенденция преувеличивать значение личностных факторов и недооценивать ситуативные влияния при объяснении причин социального поведения получила название
А) ошибки иллюзорной корреляции
Б) фундаментальной ошибки атрибуции
В) ошибки ложного согласия
Г) ошибки самооправдания

71. Фундаментальная ошибки атрибуции - это:
А) рассогласование между субъективным представлением о социальной реальности и объективными ее характеристиками
Б) изначально неверное представление о другом человеке
В**)** тенденция наблюдателей недооценивать влияние ситуации на поведение человека, в то же время, переоценивая влияние особенностей личности
Г) склонность наблюдателя недооценивать роль личностных факторов

72. Тенденция приписывать собственные позитивные результаты внутренним причинам, а негативные – внешним факторам, называется

А) самореализующееся пророчество
Б) самовозвеличивающая тенденциозность
В) тенденциозность в познании себя
Г) эгоцентрическое мышление

73. Название явления «фундаментальная ошибка атрибуции» принадлежит
А) Г.Келли
Б) Л. Россу
В) Ф. Хайдеру
Г) Э.Аронсону

74. Беспомощность, приобретаемая в случае, когда человек не чувствует возможности контроля над повторяющимися неприятными событиями, получила название
А) депрессивный стиль атрибуции
В) выученная беспомощность
В) депрессивный реализм
Г) нереалистический оптимизм

75. При депрессивном стиле атрибуции неудачи приписываются следующим факторам:
А) интернальным, стабильным, глобальным
Б) нтернальным, не стабильным, не глобальным
В) экстернальным, нестабильным, не глобальным
Г) экстернальным, стабильным, глобальным

76. При оптимистическом стиле атрибуции неудачи приписываются следующим факторам:
А) интернальным, стабильным, глобальным
Б) экстернальным, нестабильным, не глобальным
В) нтернальным, не стабильным, не глобальным
Г) экстернальным, стабильным, глобальным

77. Феномен выученной беспомощности описал:
А) М. Селигман
Б) Б.Вайнер
В) К. Петерсон
Г) А.Бандура

78. Преодоление выученной беспомощности достигается путем:
А) атрибутивного реструктурирования интернальности, стабильности и глобальности причинности
Б) замены ложного атрибутирования на более адекватное
В) терапии ложного стиля атрибутирования

Г) перестраивания атрибутивной схемы

79. Изменение структуры представлений клиента о причинных основаниях его проблемной ситуации– это:

А) атрибутивная терапия

Б) атрибутивное реструктурирование

В) психотерапия

Г) верны ответы А и Б

80. Впервые термин «социальная установка» был введен в социальную психологию в 1918 г.

А) М. Смитом

Б) Г. Олпортом

В) Э. Мэйо

Г) У. Томасом и Ф. Званецким

81. Г. Олпорт определял аттитюд как:

А) состояние психонервной готовности, сложившееся на основе опыта и оказывающее направляющее и динамическое влияние на реакцию индивида относительно всех объектов и ситуаций, с которыми он связан

Б) состояние сознания индивида относительно некоторой социальной ценности

В) мнение, включающее оценочный (эмоциональный) компонент

Г) это особый тип убеждения, которое отражает оценочные свойства объекта

82. М. Смит предложил трехкомпонентную структуру аттитюда, в которой выделяет:

А) когнитивный, метакогнитивный и волевой компоненты

Б) когнитивный, эмоциональный и сенсомоторный компоненты

В) когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты

Г) аффективный, конативный и волевой компоненты

83. Одномерный подход к определению установки рассматривает аттитюд как:

А) когнитивное образование

Б) поведенческое образование

В) рефлекс

Г) аффективное образование

84. Процессы формирования аттитюдов объясняются в теориях:

А) убеждающего воздействия

Б) социального научения

В) самовосприятия
Г) масс

85. Связь межу аттитюдами и поведением усиливается при соблюдении следующих условий:

А) высокая мотивация
Б) принцип соответствия
В) принцип первичности
Г) легкодоступность аттитюда

86. Аттитюд определяет поведение если:

А) они согласованы по степени конкретности
Б) другие влияния уменьшены
В) является сильным
Г) все ответы верны

87. Причинами рассогласования аттитюдов и поведения являются

А) «социальная вовлеченность»
Б) латентность аттитюда
В) аттитюд соответствует действию
Г) легкодоступность аттитюда

88. Модель последовательных стадий К. Ховланда включает следующие этапы:

А) внимание
Б) понимание
В) восприятие
Г) запоминание

89. Модель процесса убеждения У. Мак-Гуайра включает следующие этапы:

А) восприятие
Б) забывание
В) согласие с сообщением
Г) поведение

90. Модель параллельного процесса (модель уточнения вероятности) разработана:

А) Р.Петти и Дж. Качоппо
Б) Э. Джоунсом и Р. Нисбетом
В) А. Тверски и Д. Канеманом
Г) Г. Тардом и Г. Лебоном

91. Прямой путь убеждения – это:

А) процесс убеждения, при котором заинтересованная аудитория сосредоточивает свое внимание на благоприятных аргументах

Б) некритичный, бездумный способ восприятия информации

В) процесс убеждения, при котором на людей оказывают влияние случайные факторы

Г) процесс убеждения, при котором люди ориентируются на внешние, характеристики сообщения

92. Косвенный путь убеждения – это:

А) процесс убеждения, при котором заинтересованная аудитория сосредоточивает свое внимание на благоприятных аргументах

Б) реципиенты критически оценивают содержание сообщения

В) некритичный, бездумный способ восприятия информации

Г) процесс убеждения, при котором люди ориентируются на внешние характеристики сообщения

93. В соответствии с моделью уточнения вероятности (Р. Петти, Дж. Качоппо) условиями использования периферийного процесса обработки информации являются:

А) отсутствует времени

Б) плохое настроение

В) личная заинтересованность

Г) знания

94. Согласно модели уточнения вероятности (Р. Петти, Дж. Качоппо) условиями использования основного (центрального) способа восприятия и обработки сообщений являются:

А) значимость проблемы

Б) наличие времени

В) приподнятое настроение

Г) отсутствие знаний

95. К личностным характеристикам реципиента, способствующим косвенному способу убеждения, относятся:

А) высокий уровень самомониторинга

Б) низкий уровень самомониторинга

В) высокий уровень интеллекта

Г) низкий уровень интеллекта

96. К личностным характеристикам реципиента, способствующим прямому способу убеждения, относятся:

А) высокий уровень самомониторинга

Б) низкий уровень самомониторинга

В) высокий уровень интеллекта

Г) низкий уровень интеллекта

97. Компонентами убеждающего воздействия в классическом подходе Г. Лассуэлла служат:

А) канал коммуникации
Б) источник информации
В) свойства получателя информации
Г) все ответы верны

98. К характеристикам источника влияния, вызывающим доверие аудитории, относятся:

А) сходство с реципиентом (получателем информации)
Б) привлекательность
В) статус
Г) пол

99. В соответствии с теорией социальных суждений, изменение установки человека возможно лишь тогда, когда новая информация попадает:

А) в сферу принятия
Б) в сферу неопределенности
В) в сферу отвержения
Г) в сферу понимания

100. Автором теории социальных суждений является:

А) А.Маслоу
Б) М. Шериф
В) Ч. Нисбетт
Г) Ф. Хайдер

101. Автором теории когнитивного диссонанса является:

А) А.Маслоу
Б) Л. Фестингер
В) Ч. Нисбетт
Г) Ф. Хайдер

102. «Парадокс Р. Лапьера» заключается:

А) в противоречивости позиций конфликтующих сторон
Б) в противоречии между деятелем и наблюдателем
В) в противоречии между аттитюдами и поведением индивида
Г) в противоречии между различными когнитивными элементами

103. В эксперименте Р. Лапьера:

А) участвовала китайская супружеская пара
Б) показано отсутствие связи между аттитюдами и поведением
В) испытуемые получали оплату за участие в эксперименте
Г) подтверждена валидность теории самовосприятия

104. К функциям аттитюдов (социальных установок) относятся:

А) функция социального доминирования
Б) функция контроля за поведением
В) функция поддержания самооценки
Г) функция знания

105. Какая из приведенных функций установок отсутствует в классификации Д. Катца

А) эго защиты
Б) ценностно-экспрессивная
В) познания
Г) идентификации

106. Кто предложил изучать аттитюд с точки зрения потребностей, которые он удовлетворяет, и разработал функциональную теорию установок

А) М. Смитт
Б) Д. Кац
В) Р.Уайт
Г) Р.Брунер

107. Механизм влияния поведения на аттитюды объясняется следующими теориями:

А) теорией когнитивного диссонанса
Б) теорией самовосприятия
В) теорией направленного формирования впечатления
Г) теорией социальных суждений

108. Когнитивный диссонанс - это:

А) феномен рассогласования взаимосвязанных знаний об объекте или явлении
Б) межличностный конфликт, обусловленный разными взглядами оппонентов
В) противоречие между разумом и чувствами
Г) несовпадение точек зрения у партнеров по общению

109. Условием возникновения когнитивного диссонанса является:

А) недостаточное оправдание
Б) недостаток времени на обработку информации
В) сложность детерминации поведения
Г) отсутствие связи между аттитюдом и поведением

110. При каких условиях конструстановочное поведение приведет к возникновению когнитивного диссонанса и изменению установки:

А) воспринимаемая свобода выбора этого поведения

Б) поведение совершается публично

В) ощущение личной ответственности за предполагаемые последствия поступка, противоречащего установкам

Г) все ответы верны

111. Какие из утверждений отражают суть теории когнитивного диссонанса:

А) человек стремится к внутренней согласованности картины мира

Б) между когнитивными элементами могут быть диссонантные, или «несовместимые», отношения

В) поведение, став предметом собственного наблюдения и рассуждения человека, выявляет установку

Г) человеческое поведение не является результатом предварительных размышлений о внутренних чувствах и установках

112. Уменьшение диссонанса путем внутреннего оправдания своего поведения, когда внешние оправдания недостаточны, получило название

А) эффекта сверхоправдания

Б) эффекта недостаточного оправдания

В) эффекта броскости

Г) эффекта контроля

113. Если мы стараемся убедить себя в том, что сделанный нами выбор наилучший, мы тем самым пытаемся:

А) усилить когнитивный диссонанс

Б) создать когнитивное равновесие между чувствами и поведением

В) увеличить когнитивное расхождение

Г) оказывать влияние

114. Теория самовосприятия Д. Бема является одной из:

А) теорий эмоций

Б) двухпроцессных теорий

В) теорий каузальной атрибуции

Г) теорий эвристических суждений

115. Какие из утверждений отражают суть теории самовосприятия Д. Бема:

А) поведение, став предметом собственного наблюдения и рассуждения человека, выявляет установку

Б) установки определяют поведение

В) человеческое поведение не является результатом предварительных размышлений о внутренних чувствах и установках

Г) аттитюды изменяются в тех случаях, когда люди сталкиваются с собственной непоследовательностью

116. Согласно какой теории люди выражают установки, соответствующие их поступкам, чтобы позиционировать себя как последовательных личностей

А) теории когнитивного диссонанса

Б) теории самовосприятия

В) теории самопрезентации

Г) теории социальных суждений

117. Процесс, который активизирует определенные установки в оперативной памяти индивида, называется

А) прайминг

Б) узнавание

В) воспроизведение

Г) все ответы не верны

118. «Эффект вживания в роль» был продемонстрирован в тюремном эксперименте

А) Р.Зайонца

Б) Ф.Зимбардо

В) Э. Мэйо

Г) С. Милгрема

119. Тюремный эксперимент Ф. Зимбардо показал, что

А) действия, предписанные социальными ролями, формируют установки исполнителей ролей

Б) восприятие убеждающих сообщений способно более эффективно изменять установки, чем пассивное исполнение ролевой игры

В) убеждение является не единственным способом изменения аттитюдов

Г) поведение и аттитюды людей не всегда соответствуют друг другу

120. Межличностная аттракция – это:

А) формирование привлекательности одного человека для другого

Б) механизм формирования привязанностей, дружеских чувств, симпатий, любви

В) положительные чувства по отношению к другому индивиду, стремление находиться в его обществе

Г) все ответы верны.

121. Процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего и продукт этого процесса называется:

А) каузальной атрибуцией
Б) аттракцией
В) установкой
Г) эмпатией

122. К факторам межличностной аттракции относятся:

А) пространственная близость
Б) сходство установок
В) манипуляции
Г) статус

123. Общение - это:

А) процесс взаимосвязи и взаимодействия общественных субъектов
Б) процесс установления и развития контактов между людьми
В) взаимосвязь между людьми в ходе, которой возникает психологический контакт, проявляющийся в обмене информацией, взаимовлиянии, взаимопереживании
Г) все ответы верны

124. К механизмам социальной перцепции относятся:

А) эмпатия
Б) проекция
В) идентификация
Г) рационализация

125. К типовым схемам первого впечатления относятся:

А) фактор превосходства
Б) фактор привлекательности
В) фактор групповой сплоченности
Г) фактор социальной желательности

126. Отметьте функции социальной перцепции:

А) познание себя
Б) познание партнеров по общению
В) установление эмоциональных отношений
Г) все ответы верны

127. К эффектам социальной перцепции относятся:

А) эффект первичности
Б) эффект края
В) эффект недавности
Г) эффект Зейгарник

128. К функциям общения относятся:

А) формирующая
Б) организации межличностных отношений
В) подтверждающая
Г) все ответы верны

129. Какой способ познания другого человека предполагает отождествление себя с ним, уподобление себя ему?

А) рефлексия
Б) идентификация
В) эмпатия
Г) аттракция

130. Какой механизм предполагает осознание индивидом того, как он воспринимается партнером по общению?

А) рефлексия
Б) идентификация
В) эмпатия
Г) аттракция

131. Какой механизм социальной перцепции означает стремление эмоционально откликнуться на проблемы партнера:

А) рефлексия
Б) идентификация
В) эмпатия
Г) аттракция

132. Идентификация в социальной психологии:

А) является одним из способов понимания другого человека
Б) выражается в уподоблении себя другому человеку
В) является одним из механизмов усвоения опыта
Г) все ответы верны

133. Перцептивная сторона общения – это:

А) передача информации
Б) взаимодействие в процессе общения
В) восприятие и понимание партнерами друг друга
Г) приписывание причин поведения людей

134. Коммуникативная сторона общения – это

А) восприятие и понимание людьми друг друга
Б) взаимодействие людей
В) процесс обмена информацией между общающимися
Г) приписывание причин поведения людей

135. Отметьте, что Не является невербальной коммуникацией:

А) мимика
Б) контакт глаз
В) жесты
Г) речь

136. К невербальным видам коммуникации относятся:
А) оптико-кинетическая система знаков
Б) паралингвистическая система знаков
В) экстралингвистическая система знаков
Г) все ответы верны

137. Качество голоса: тембр, высота, тональность, интонация относятся
А) к проксимике
Б) к паралингвистической системе знаков
В) к оптико-кинестетической системе знаков
Г) все ответы не верны

138. Жесты и мимика, которые отражают эмоциональные реакции человека, относятся
А) к проксимике
Б) к паралингвистической системе знаков
В) к оптико-кинестетической системе знаков
Г) все ответы не верны

139. Устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы, называется:
А) стереотип
Б) установка
В) предубеждение
Г) все ответы не верны

140. Стиль межличностного общения, предполагающий воздействие на партнера по общению с целью достижения своих скрытых намерений, называется:
А) гуманистический
Б) монологический
В) ритуальный
Г) манипулятивный

141. Равноправная форма межличностного общения, имеющая целью познание, самопознание и самораскрытие партнеров по общению, называется:
А) гуманистическая

Б) монологическая
В) ритуальная
Г)манипулятивная

142. Посредством какого стиля общения человек подтверждает свое существование в качестве члена той или иной важной для него группы:

А) манипулятивного
Б) ритуального
В) гуманистического
Г) императивного

143. В качестве основополагающих принципов гуманистического общения К. Роджерс выделяет следующие:

А) безоценочное восприятие личности партнера
Б) конгруэнтность партнеров по общению
В) персонифицированный характер общения
Г) все ответы верны

144. Как называется эффект восприятия, который характеризуется необоснованным перенесением впечатления о внешних особенностях человека на личностные характеристики:

А) эффект первичности
Б) эффект ореола
В) эффект стереотипизации
Г) эффект физиогномической редукции

145. Направленность восприятия, осуществляемая под влиянием первых элементов доступной информации, получила **название:**

А) эффекта первичности
Б) эффекта новизны
В) эффекта ореола
Г) эффекта вживания в роль

146. В схеме наблюдения Р. Бейлса область негативных эмоций включает:

А) солидарность, снятие напряжения, согласие
Б) предложение, указание, мнение, ориентацию других
В) просьбу об информации, просьбу высказать мнение, просьбу об указании
Г) несогласие, создание напряженности, демонстрация антагонизма

147. Какие 2 типа личности выделил Э. Шостром:

А) актуализатор и манипулятор

Б) «хулиган» и «славный парень»
В) «судья» и «защитник»
Г) «диктатор» и «тряпка»

148. Люди взаимодействуют друг с другом на основе своего опыта, взвешивая возможные вознаграждения и затраты, – это основная идея:

А) теории обмена Дж. Хоманса
Б) теорий символического интеракционизма
В) психоаналитической теории
Г) теории управления впечатлениями И.Гоффмана

149. Поведение людей по отношению друг к другу и предметам окружающего мира определяется значениями, которые они им придают, утверждает

А) теория обмена Дж. Хоманса
Б) теории символического интеракционизм
В) психоаналитическая теория
Г) теория управления впечатлениями И.Гоффмана

150. Согласно какой теории на межличностное взаимодействие оказывают сильное влияние представления, усвоенные в детстве, и конфликты, пережитые в этот период жизни:

А) теории обмена Дж. Хоманса
Б) теории символического интеракционизма
В) психоаналитической теории
Г) теории управления впечатлениями И.Гоффмана

151. Ситуации социального взаимодействия подобны драматическим спектаклям, в которых актеры стремятся создавать и поддерживать благоприятные впечатления, утверждает

А) теория обмена Дж. Хоманса
Б) символический интеракционизм
В) психоаналитическая теория
Г) теория управления впечатлениями И.Гоффмана

152. Транзактный анализ включает в себя следующие виды анализа

А) структурный анализ
Б) анализ игр
В) анализ сценария
Г)все ответы верны

153. Какое состояние «Я», согласно транзактному анализу, формируется в детстве и содержит установки и поведение, перенятое от родителей

А) ребенка
Б) родителя
В) взрослое
Г) идеальное

154. Э.Берн выделяет следующие типы транзакций:

А) дополнительные
Б) пересекающиеся
В) прямые
Г) открытые

155. Взаимодействие, при котором партнеры адекватно воспринимают позицию друг друга, одинаково понимают ситуацию, и оправдывают ожидания друг друга, называется

А) открытое
Б) скрытое
В) пересекающееся
Г) дополнительное

156. Агрессия как форма поведения, определяемая врожденными инстинктами и побуждениями, рассматривается:

А) теорией социального научения
Б) психоаналитическим подходом
В) этологическим подходом
Г) фрустрационной моделью агрессии

157. Как попытку преодолеть препятствие на пути к удовлетворению потребностей, достижению удовольствия рассматривается агрессия:

А) теорией социального научения
Б) в рамках психоаналитического подхода
В) в рамках этологического подхода
Г) фрустрационной моделью агрессии

158. Согласно теории социального научения на социализацию агрессии оказывают влияние следующие факторы:

А) наследственность
Б) наблюдение соответствующего способа действий
В) социальное подкрепление
Г) инстинкт

159. К способам снижения агрессивности Не относятся:

А) интернализация ценностей, осуждающих агрессивное поведение
Б) поощрение альтернативных форм поведения
В) создание эмпатии по отношению к другим людям
Г) наказание за агрессию

160. Идея катарсиса состоит в том, что:

А) физическое или эмоциональное выражение враждебных тенденций приводит к временному либо длительному облегчению
Б) физическое или вербальное выражение враждебности приводит к психологическому равновесию и ослаблению готовности к агрессии
В) процесс освобождения возбуждения или накопившейся энергии, приводит к снижению уровня напряжения
Г) все ответы верны

161. Какие их приведенных утверждений относятся к теории обусловливания агрессии фрустрацией Л. Берковитца:

А) агрессия — это не автоматически возникающее в организме человека влечение, а реакция на фрустрацию
Б) фрустрация не обязательно реализуется в агрессивных действиях, но она стимулирует готовность к ним
В) даже при состоянии готовности агрессия не возникает без надлежащих условий
Г) агрессия приобретается в результате индивидуального опыта

162. Поведение, осуществляемое ради блага другого человека без ожидания какой-либо внешней награды, это –

А) аттракция
Б) альтруизм
В) эмпатия
Г) аффиляция

163. К мотивам просоциального поведения относятся:

А) эмпатия, сочувствие
Б) стремление улучшить собственное эмоциональное состояние
В) повысить самооценку
Г) все ответы верны

164. К социальным нормам, мотивирующим альтруизм, относятся:

А) ответственность
Б) любовь к ближнему
В) коллективизм
Г) взаимность

165. Единственный ситуационный фактор, который уменьшает возможность оказания помощи, согласно Латане и Дарли, – это:

А) присутствие других людей
Б) эгоцентризм
В) конформизм
Г) социальная леность

166. К ситуационным факторам оказания помощи, относятся:

А) присутствие других людей
Б) влияние образца;
В) дефицит времени
Г) эмпатия

167. К ступеням выбора, которые должны пройти наблюдатели, чтобы решиться оказать помощь, Латанее и Дарли относят следующие:

А интерпретировать ситуацию как чрезвычайную
Б) принять не себя ответственность за действия
В) знать, что делать
Г) все ответы верны

168. Человек с меньшей вероятностью будет склонен оказывать кому-либо помощь, когда имеются очевидцы, – это:

А) эффект сдвига риска
Б) эффект контраста
В) эффект очевидца
Г) эффект ореола

169. К личностным факторам, способствующим оказанию помощи, относятся:

А) социальная ответственность
Б) вера в справедливость мира
В) интернальный локус контроля
Г) все ответы не верны

170. Альтруистическую личность, согласно Х. Бирхоффу, отличают:

А) низкий показатель эгоцентризма
Б) высокий показатель конформизма
В) экстернальный локус контроля
Г) высокий уровень социальной ответственности

171. Причиной неоказания помощи может быть:

А) эффект множественной неосведомленности
Б) социальная ответственность

В) интернальный локус контроля
Г) эмпатия

172. К способам социализации альтруизма относятся:
А) обучение моральному включению
Б) моделирование альтруизма
В) приписывание оказание помощи альтруистическим мотивам
Г) все ответы верны

173. Предубеждение — это:
А) негативное отношение к представителям какой-либо социальной группы, основанное лишь на их принадлежности к этой группе
Б) особый тип установки — главным образом негативной — по отношению к членам определенной социальной группы
В) положительное или отрицательное мнение, относительно кого- чего-нибудь
Г) негативные действия, направленные против членов определенных социальных групп

174. К формам предубеждений Не относится:
А) фейсизм
Б) эйджизм
В) сексизм
Г) конформизм

175. Убежденность в превосходстве собственной этнической группы и, соответственно, презрение ко всем остальным группам, называется:
А) этноцентризм
Б) расизм
В) сексизм
Г) эйджизм

176. Индивидуально предвзятые установки и дискриминирующее поведение по отношению к представителям того или иного пола называется:
А) расизм
Б) сексизм
В) эйджизм
Г) фейсизм

177. Как называется проявление предубежденного отношения к представителям другой возрастной группы:

А) расизм
Б) сексизм
В) эйджизм
Г) фейсизм

178. Какое из утверждений о происхождении социальных предубеждений соответствует теории социального научения:

А) люди часто выражают или усваивают предубеждения тех, с чьей стороны они ищут общественного одобрения

Б) негативные предубеждения возникают вследствие реального соперничества между группами за нужные им ресурсы

В) негативные предубеждения возникают как способ переноса вины и ответственности за собственные неблаговидные поступки на других

Г) негативные предубеждения используются для того, чтобы поддерживать свою личностную и социальную идентичность, или Я-концепцию

179. Согласно какой теории негативные предубеждения и стереотипы возникают вследствие реального соперничества между группами за нужные им ресурсы:

А) фрустрации и агрессии Н. Миллера и Дж. Долларда
Б) реалистического конфликта **Д. Кэмпбелла**
В) социальной идентичности Г. Тэджфела
Г) авторитарной личности Т.Адорно

180. Согласно какой теории установки необоснованной враждебности и нетерпимости возникают как способ переноса вины и ответственности за собственные неблаговидные поступки на других:

А) фрустрации и агрессии Н. Миллера и Дж. Долларда
Б) реалистического конфликта **Д. Кэмпбелла**
В) социальной идентичности Г. Тэджфела
Г) авторитарной личности Т.Адорно

181. Выберите качества, характерные для авторитарной личности личности:

А) неукоснительное почитание внутригрупповых авторитетов

Б) чрезмерная озабоченность вопросами статуса и власти

В) исключительно предубежденное отношение к представителям меньшинств

Г) все ответы верны

182. Когнитивные структуры, состоящих из знаний и убеждений относительно определенных социальных групп, это–

А) аттитюды
Б) стереотипы

В) представления
Г) мнения

183. Какие из утверждений соответствуют концепции этноцентризма У. Самнера

А) чувство превосходства своего этноса над другими неотделимо от проявлений негативного отношения и враждебности по отношению к представителям других этносов

Б) проявление негативизма и враждебности по отношению к другим этносам – необходимое условие поддержания внутригруппового единства в рамках собственного этноса

В) преувеличение позитивных характеристик, приписываемых чужой этнической группе, ведет к расизму

Г) для формирования и сохранения позитивной социальной идентичности необходимо установить различия между группами в пользу собственной

184. Кто из ученых рассматривал этноцентризм как универсальный механизм взаимодействия между этническими группами

А) У. Самнер
Б) Г. Тэджфел
В) Д. Тарнер
Г) М. Шериф

185. По мнению Г. Тэджфела, основными когнитивными процессами, определяющими сущность межгрупповых отношений являются:

А) социальная категоризация
Б) социальная идентификация
В) социальное сравнение
Г) все ответы верны

186. Сущностью внутригруппового фаворитизма является:

А) позитивно пристрастное восприятие собственной группы

Б) негативное поведение по отношению к другим людям, причиной которого является их принадлежность к некоторой группе

В) тенденция к установлению различий в оценках своей и другой группы

Г) негативно пристрастное отношение к членам чужой группы

187. Причинами внутригруппвого фаворитизма и внешнегрупповой враждебности являются

А) стремление к формированию и сохранению позитивной Я-концепции

Б) потребностью личности в позитивной социальной идентичности;

В) установление сходства и различий между представителями различных социальных групп

Г) идентификация со своей группой

188. Синонимом социальной идентичности является:

А) локус контроля

Б) индивидуальное своеобразие

В) групповая принадлежность

Г) социальный статус

189. К способам ослабления действия предубеждений относятся:

А) изменение процесса социализации

Б) межгрупповой контакт

В) максимизация сходства

Г) все ответы верны.

***190. К способам разрядки межгрупповых конфликтов относятся**:*

А) изменения ситуации межгруппового взаимодействия

Б) создание общих целей

В) межгрупповая дифференциация

Г) все ответы неверны

191. Групповые нормы - это

А) правила, принятые группой

Б) правила, которым должно подчиняться поведение членов группы

В) выполняют функцию регуляции поведения членов группы

г) все ответы верны.

192. Механизмы, посредством которых группа контролирует соблюдение ее членами групповых норм, называются:

А) групповое давление

Б) групповые санкции

В) групповое ожидание

Г) все ответы верны

193. Эффект внутригуппового взаимодействия, согласно которому присутствие других людей облегчает действия индивида – это:

А) социальная фасилитация

Б) социальная идентификация

В) социальная ингибиция

Г) социальная леность

194. Эффект социальной ингибиции заключается в том, что присутствие других людей:

А) облегчает действия индивида и способствует им

Б) оказывает сдерживающее и тормозящее воздействие на индивида

В) не влияет на индивида

Г) все ответы не верны

195. К причинам эффекта фасилитации относятся:

А) боязнь оценки

Б) перегрузка из-за рассеивания внимания

В) повышенное возбуждение

Г) сложность задачи

196. Какие факторы определяет силу влияния других людей в соответствии с теорией социального воздействия Б. Латанэ?

А) число людей

Б) их пространственная близость

В) их авторитет и статус

Г) все ответы верны

197. Какое из утверждений отражает сущность феномена «социальной лености»:

А) тенденция людей прилагать меньше усилий в том случае, когда они объединяют свои усилия ради общей цели

Б) утрата самосознания и боязни оценки

В) снижение самоограничений и возрастание восприимчивости к ситуации

Г) стратегия идентификации индивидуальной продуктивности

198. Эффект социальной лености возникает и проявляется при следующих условиях:

А) когда человек уверен, что его деятельность не фиксируется и не оценивается

Б) когда определяется личный вклад каждого в совместную деятельность

В) в условиях деиндивидуализации

Г) в ситуациях повышенного самосознания

199. К условиям снижения социальной лености относятся:

А) заинтересованность всех членов группы в конечном результате

Б) наличие в группе хороших деловых отношений

В) учет и оценка вклада каждого члена группы в совместный труд

Г) все ответы верны

200. Исключите лишнее:

А) эффект социальной лености

Б) эффект ореола

В) эффект новизны

Г) эффект первичности

201. Какие из утверждений отражают сущность феномена «деиндивидуализации»:

А) утрата чувства индивидуальной ответственности

Б) утрата самосознания и боязни оценки

В) снижение самоограничений и возрастание восприимчивости к ситуации

Г) все ответы верны

202. Причинами деиндивидуализации являются:

А) физическая анонимность

Б) сильные позитивные эмоции

В) повышенное самосознание

Г) все ответы не верны

203. Процесс группового решения, ориентированный на достижение согласия среди одинаково мыслящих людей, результатом которого являются односторонние и неправильные выводы, получил название:

А) сдвиг риска

Б) огруппление мышления

В) групповая поляризация

Г) конформизм

204. Кем обнаружен феномен «огруппления мышления»?

А) И. Дженисом

Б) С. Московиси

В) Р. Зайонцом

Г) Дж. Стонером

205. Признаками феномена огруппления мышления являются:

А) иллюзия неуязвимости, разделяемая большинством членов группы

Б) стереотипный взгляд на соперников (другие группы)

В) открытое давление на членов группы, выдвигающих аргументы против групповых стереотипов

Г) все ответы верны

206. К условиям, которые способствуют группомыслию, И. Дженис относит:

А) привлекательность членства в данной группе

Б) наличие властного, авторитарного лидера

В) открытость группы

Г) отсутствие группового давления

207. Немногочисленную по составу группу, члены которой объединены общей деятельностью и находятся в непосредственном личном контакте, называют:

А) группой членства

Б) малой группой

В) первичной группой;

Г) формальной группой

208. Теоретическое значение открытий Э. Мэйо для социальной психологии состоит в том, что им был получен новый факт:

А) существования в малой группе двух типов структур, формальной и неформальной

Б) выделена двухуровневая структура отношений в обществе: макроструктура и микроструктура

В) выделена структура власти и подчинения

209. Отметьте, кто из социальных психологов занимался проблемой групповой динамики:

А) К. Левин

Б) Н. Триплетт

В) Р. Зайонц

Г) С.Московичи

210. Группа, являющаяся для индивида источником социальных установок и ценностных ориентаций, называется:

А) группа членства

Б) неформальная группа

В) референтная группа

Г) формальная группа

211. Кому принадлежит открытие феномена «реферетной группы»:

А) Г. Келли

Б) М. Шерифу

В) Г. Хаймену

Г) Э. Мэйо

212. Группа, которая возникла на основе единой направленности психологической мотивации, называется:

А) неформальной
Б) группой членства
В) формальной
Г) референтной

213. Какие функции референтной группы выделил Г.Келли:

А) нормативная
Б) сравнительная
В) побудительная
Г) влиятельная

214. Выделите характеристики, определяющие положение человека в группе:

А) статус
Б) роль
В) композиция группы
Г) структура коммуникаций

215. Выделите основные социально-психологические характеристики группы:

А) композиция группы
Б) структура власти
В) система ожиданий
Г) позиция

216. Формула групповой сплоченности выражается как отношение числа взаимных положительных выборов:

А) к общему числу сделанных выборов
Б) к общему числу взаимных выборов
В) к количеству принятых членов группы
Г) к общему числу членов группы

217. Конформизм — это:

А) изменение поведения или убеждения в результате реального или воображаемого давления группы
Б) демонстрация поведения, или мнения, противоречащего мнению большинства, независимо от того, право это большинство или нет
В) демонстрация мнения или поведения, опирающегося на собственный опыт, независимо от мнения или поведения группового большинства
Г) все ответы не верны

218. К определяющим признакам конформности НЕ относится:

А) изменение взглядов или поведения
Б) добровольный характер поведения;
В) наличие давления
Г) авторитет источника влияния

219. Первые эксперименты по исследованию конформизма были проведены:

А) М.Шерифом
Б) С. Ашем
В) Т. Ньюкомом
Г). Я.Л.Морено

220. Выделите основные факторы, влияющие на проявление конформизма:

А) степень привлекательности группы, оказывающей влияние
Б) размер группы — число людей, оказывающих социальное влияние
В) единодушие членов группы
Г) все ответы верны.

221. Какие типы социального влияния в группе выделены М. Дойчем и Х. Джерардом?

А) нормативное влияние
Б) информационное влияние
В) влияние меньшинства
Г) забота о социальном имидже

222. Объективными факторами, определяющими уровень конформности человека в группе, являются:

А) характеристики самого индивида
Б) характеристики группы, которая является источником давления
В) особенности взаимодействия индивида и группы
Г) содержание задачи, стоящей перед индивидами и группой

223. Субъективными факторами, определяющими уровень конформности человека в группе, являются:

А) гендер
Б) уровень самооценки
В) желание сохранить свою уникальность
Г) желание сохранять контроль над событиями

224. Разновидностями конформизма являются:

А) уступчивость
Б) одобрение

В) эмпатия
Г) идентификация

225. Внешнее следование требованиям группы при внутреннем неприятии их– разновидность конформизма, получившая название:

А) уступчивость
Б) одобрение
В) воспириимчивость
Г) идентификация

226. Поведение, соответствующее социальному давлению, и внутреннее согласие с требованиями последнего – это

А) уступчивость
Б) одобрение
В) подчинение
Г) идентификация

227. Мотив защитить или восстановить свое ощущение свободы получил название:

А) реактивное сопротивление
Б) самосохранение
В) самоактуализаиця
Г) конформизм

228. Какое утверждение отражает сущность теории психологического реактивного сопротивления:

А) люди стремятся оградить от посягательств свое ощущение свободы
Б) люди готовы скорее отвергнуть свидетельства собственных органов чувств, чем остаться в одиночестве
В) люди часто бывают склонны к тому, чтобы выражать взгляды меньшинства
Г) людям трудно выразить несогласие с группой, когда у них нет союзников, поступающих так же.

229. Феномен воздействия и влияния индивида на мнения, оценки отношения и поведение группы в целом или отдельных ее членов получил название:

А) руководство
Б) лидерство
В) авторитет
Г) вождь

230.К основным функциям лидера относятся:

А) организация совместной жизнедеятельности в различных ее сферах
Б) принятие ответственности за результаты групповой деятельности

В) внешнее представительство группы во взаимоотношениях с другими группами

Г) все ответы верны

231. Отличие лидера от руководителя заключается в том, что:

А) лидер призван осуществлять регуляцию межличностных отношений в группе, тогда как руководитель – официальных отношений группы

Б) лидерство можно констатировать в условиях микросреды, тогда как руководство – элемент макросреды

В) лидер избирается, а руководитель назначается

Г) явление лидерства более стабильно по сравнению с руководством

232. Отличие руководства от лидерства заключается в том, что:

А) руководитель либо назначается, либо избирается

Б) руководство в отличие от лидерства обладает менее определенной системой санкций

В) процесс принятия решения руководителем в отличие от лидера более сложен и опосредован большим количеством обстоятельств

Г) лидер «представляет» малую группу в более широкой социальной системе

233. Лидер группы:

А) гораздо сильнее других членов группы ориентирован на группу

Б) обладает наибольшей компетентностью в групповой задаче

В) имеет групповую санкцию на нарушение групповых норм, если это способствует лучшему достижению целей группы

Г) все ответы верны.

234. Лидером, согласно этой теории, может быть лишь такой человек, который обладает определенным набором личностных качеств или совокупностью определенных психологических черт:

А) теория черт

Б) ситуационная теория

В) синтетическая теория

Г) теория поля

235. Лидерство — продукт ситуации, утверждается в:

А) теории черт

Б) ситуационной теории

В) синтетической теории

Г) теории поля

236. Согласно какой теории лидером является такой член малой группы, который выдвигается в результате взаимодействия членов группы для организации группы при решении конкретной задачи:

А) теории черт

Б) ситуационной теории

В) теории поля

Г) системной теории

237. Разрешение внутригрупповых противоречий является:

А) проявлением группового давления

Б) одним из аспектов лидерства

В) проявлением феномена конформизма

Г) механизмом развития группы

238. Психологический обмен является:

А) феноменом внутригрупповой коммуникации

Б) феноменом межгрупповой коммуникации

В) механизмом групповой динамики

Г) специфической задачей лидера

239. Идиосинкразический кредит является:

А) формой разрешения групповых противоречий

Б) проявлением группового давления

В) механизмом групповой динамики

Г) феноменом межгрупповой коммуникации

240. «Огруппленное мышление» - это феномен:

А) социального влияния в группе при минимальном взаимодействии

Б) внутригруппового взаимодействия

В) социальной фасилитации

Г) социальной лености

241. Эмпирический метод изучения межличностных отношений, разработанный Я. Морено, называется:

А) анализом продуктов деятельности

Б) проективным методом

В) социометрией

Г) социоматрицей

242. Группу как динамическое целое, которое больше суммы входящих в него частей и которое изменяется с изменением любой из его частей, рассматривали

А) представители бихевиоризма

Б) приверженцы школы К. Левина

В) сторонники психоанализа

Г) все ответы не верны

243. Совокупность тех динамических процессов, которые одновременно происходят в группе и знаменуют собой ее развитие, получила название

А) групповое развитие
Б) групповая динамика
В) групповая структура
Г) статическая структура

244. Выделите основные направления исследований в школе групповой динамики

А) групповая сплоченность
Б) стили лидерства
В) нормативное влияние
Г) информационное влияние

245. Метод социометрии предполагает

А) изучение социально - психологических явлений и процессов в различных условиях без вмешательства в их течение
Б) ответы испытуемых на конкретные вопросы
В) изучение межличностных отношений в группе
Г) выявление круга референтных лиц

246. К социометрическому направлению исследований малых групп в отечественной социальной психологии относятся работы

А) Я.Л. Коломинского
Б) И.П.Волкова
В) А.В.Петровского
Г) Л.А.Уманского

247. В психологической теории коллектива, разработанной А. В. Петровским, развитие группы характеризуется по двум основным критериям:

А) степень опосредованности межличностных отношений содержанием совместной деятельности
Б) общественная значимость совместной деятельности
В) содержание нравственной направленности группы
Г) организационное единство группы

248. Двухфакторная модель Б. Такмена описывает динамику группового процесса, исходя из наличия двух сфер групповой активности:

А) деловой
Б) эмоциональной

В) межличностной
Г) межгрупповой

249. Идиосинкразический кредит, как механизм групповой динамики, был описан:
А) Е. Холландером
Б) М.Шоу
В) К.Левиным
Г) А. Петровским

250. Групповая сплоченность в социальной психологии рассматривается как:
А) межличностная аттракция
Б) результат мотивации группового членства
В) ценностно-ориентационное единство
Г) все ответы верны

251. В теории деятельностного опосредствования межличностных отношений показателем сплоченности выступает
А) коэффициент взаимности
Б) степень согласия
В) ценностно-ориентационное единство
Г) эмоциональная идентификация

252. Меньшинство в группе выполняет следующие функции:
А) ограничивает прессинг большинства
Б) является источником социальных перемен
В) стабилизируют отношения в группе
Г) способствует поддержанию групповых норм

253. К факторам влияния меньшинства относятся:
А) последовательность
Б) уверенность в себе
В) способность привлекать сторонников
Г) все ответы верны

254. Эксперименты по изучению влияния меньшинства проводили:
А) Эш (Ах)
Б) С. Московичи
В) С. Милгрэм
Г) Ф. Зимбардо

255. Совокупность людей, объединенная на основе социального признака, формирующая социальную общность большого размера, в которой люди не имеют непосредственных эмоционально-личностных контактов:

А) большая группа
Б) малая группа
В) коллектив
Г) социальная группа

256. К основным видам стихийных групп НЕ относят:

А) толпу
Б) массу
В) публику
Г) коллектив

257. Поведение в больших социальных группах определяется действием таких механизмов психического воздействия, как

А) заражение
Б) внушение
В) идентификация
Г) коллективистическое самоопределение

258. К массовидным социально-психологическим явлениям относятся:

А) массовое сознание
Б) общественное мнение
В) массовые коммуникации
Г) все ответы верны

259. Специфические регуляторы социального поведения в больших группах

А) права
Б) слухи
В) традиции
Г) групповая сплоченность

260. В чьих теориях получили развитие взгляды Г. Лебона по психологии масс?

А) З. Фрейда
Б) С.Московичи
В) Л. Фестингера
Г) К. Левина

261. Основными признаками толпы являются

А) многочисленность

Б) низкая контактность

В) устойчивость цели

Г) неорганизованность

262. Поведение человека в толпе характеризуется следующими признаками:

А) деиндивидуализацией

Б) произвольной регуляцией поведения

В) повышенной физической, психофизиологической и психической активацией

Г) высокой критичностью мышления

263. Теоретический анализ феномена деструктивного поведения человека в толпе представлен в работах:

А) Г.Лебона

Б) В. Мак-Дугалла

В) Ф.Зимбардо

Г) все ответы верны

264. Термин «Деиндивидуализация» был впервые введен:

А) З.Фрейдом

Б) Л. Фестингером

В) Ф. Зимбардо

Г) Г. Тардом

265. Проявление бесконтрольного страха, охватывающего значительное число людей, называется:

А) хаос

Б) паника

В) внеколлективное поведение

Г) психическое заражение

266. Наиболее важными характеристиками паники являются следующие:

А) паника возникает в группах большой численности

Б) паника вызывается чувством неуправляемого страха, основанного на реальной или мнимой угрозе

В) паника — это организованное состояние и поведение людей

Г) для людей в паническом состоянии характерно подавленное эмоциональное состояние

267. Данные утверждение относительно закономерностей возникновения и распространения слухов являются верными:

А) слухи возникают в связи с важными для людей событиями или значимыми для них социальными объектами

Б) слухи возникают в условиях неопределенности, когда информация либо совсем отсутствует, либо является противоречивой

В) стабильность в общности, в которую входит интересующая диффузная группа

Г) нежелание людей стать свидетелями чего-то необычного в жизни

268. К психологическому складу большой социальной группы могут быть отнесены:

А) социальный или национальный характер

Б) нравы, обычаи

В) традиции

Г) все ответы верны.

3.2 Список вопросов для экзамена

1. Предмет социальной психологии

2. Основные стадии становления социальной психологии как научной отрасли.

3. Направления и школы современной зарубежной социальной психологии

4. История становления и развития социальной психологии

5. История становления и развития белорусской социальной психологии

6. Количественные методы социально-психологического исследования

7. Качественные методы социально- психологического исследования

8. Самость, Я-концепция, идентичность

9. Современные описания структуры и содержания Я-концепции.

10. Особенности формирования Я-концепции

11. Динамика развития самости и механизмы ее психологической устойчивости

12. Сущность социализации как социально-психологического феномена

13. Теоретические подходы к проблеме социализации

14. Институты социализации и механизмы их влияния

15. Современные когнитивистские модели рассмотрения личности

16. Социально-познавательные процессы: категоризация, прототипы

17. Схема как единица познавательной активности, типы схем
18. Эвристики как упрощенный способ социального познания обработки социальной информации
19. Самопрезентация: теоретические подходы
20. Стратегии и тактики самопрезентации
21. Межличностная аттракция и ее характеристика.
22. Понятие каузальной атрибуции. Теоретические подходы к процессу атрибутирования
23. Ошибки и тенденциозности в процессе атрибуции и их источники
24. Стилевые особенности атрибутирования.
25. Феномен наученной беспомощности, его факторы и стратегии преодоления
26. Атрибутивная терапия
27. Социальная установка (аттитюд): определения и концептуальные особенности
28. Влияние установок на поведение и опосредующие факторы
29. Влияние поведения на установки личности и его теоретические обоснования
30. Изменение аттитюдов. Убеждение и его социально-психологическая характеристика.
31. Социальные предубеждения как вид социальной установки
32. Теоретические подходы к объяснению предубеждений
33. Феномен просоциального поведения: теоретические подходы
34. Ситуационные и личностные детерминанты альтруистического поведения
35. Социализация альтруистического поведения и ее особенности.
36. Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения
37. Условия снижения агрессивности.
38. Общение как социально-психологическое понятие
39. Интерактивная сторона общения: транзактный анализ Э. Берна, теория социального обмена Дж. Хоманса, теория взаимозависимости Д. Тибо и Х. Келли.
40. Стратегии взаимодействия.
41. Межличностный конфликт и его характеристика.
42. Коммуникация как процесс установления контактов между субъектами взаимодействия. Средства коммуникации.
43. Модель коммуникативного процесса Г. Лассуэлла.
44. Коммуникативные барьеры
45. Механизмы взаимопонимания и установления эмоциональных отношений: стереотипизация, идентификация, рефлексия и эмпатия
46. Эффекты восприятия и познания в процессе общения
47. Понятие малой группы, ее отличительные признаки и виды
48. Структура малых групп.
49. Формирование и развитие малой группы: модели развития малой группы

50. Механизмы групповой динамики
51. Групповая сплоченность
52. Феномены малой группы и их характеристика.
53. Феномен группового давления и конформности: его функции, уровни и объяснительные схемы (М. Дойч и Г. Джерард).
54. Влияние меньшинства
55. Лидерство в малой группе
56. Большая социальная группа как социально-психологический феномен
57. Общая характеристика и типы стихийных групп.
58. Социально-психологические механизмы взаимодействия людей в толпе
59. Слухи как социально-психологический феномен
60. Паника как социально-психологический феномен.

4 Вспомогательный раздел

4.1.Учебно-методическая карта дисциплины «Психологические основы социальной работы», Раздел «Социальная психология»

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия		
1	**Раздел III Социальная психология**					
3.1.	**Социальная психология как наука и сфера практической деятельности** 1. Основные стадии становления социальной психологии как научной отрасли. 2. Направления и школы современной зарубежной социальной психологии 3. История становления и развития отечественной социальной психологии 4. Предмет социальной психологии	2	-	2	-	Устный опрос; защита рефератов
3.2	**Методология и методы социально - психологического исследования** ***1.*** Специфика научного исследования в социальной психологии ***2.*** Количественные методы социально-психологического исследования ***3.*** Качественные методы социально-психологического исследования	-		2	2	Устный опрос. Защита учебных заданий
3.3	**Проблема личности в социальной психологии. Самость и Я -концепция личности** 1. Самость, Я-концепция, идентичность 2. Современные описания структуры и содержания Я-концепции. 3. Особенности формирования Я-концепции 4. Динамика развития самости и механизмы ее психологической устойчивости	2	-	2	-	устный опрос. Защита учебных заданий.
3.4	**Социализация личности: социально - психологический аспект** 1. Сущность социализации как социально-психологического феномена 2. Теоретические подходы к проблеме социализации 3. Институты социализации и механизмы их влияния	-	-	2	2	Тест, устный опрос. Обсуждение рефератов

3.5	**Социальное познание личности.** 1. Современные когнитивистские модели рассмотрения личности 2. Социально-познавательные процессы. 3. Самопрезентация или управление впечатлением о себе. 4. Межличностная аттракция и ее характеристика.	**2**	-	2	-	Тест, устный опрос. Защита учебных заданий.
3.6	**Социальное объяснение.** 1. Понятие каузальной атрибуции. Теоретические подходы к процессу атрибутирования 2 . Ошибки и тенденциозности в процессе атрибуции и их источники 3. Стилевые особенности атрибутирования. Феномен наученной беспомощности. 4. Атрибутивная терапия	2	-	4	-	Тест, устный опрос Контрольная работа
3.7.	**Поведение личности и установка.** 1. Социальная установка (аттитюд): определения и концептуальные особенности 2. Влияние установок на поведение и опосредующие факторы 3. Влияние поведения на установки личности и его теоретические обоснования 4. Изменение аттитюдов. Убеждение и его социально-психологическая характеристика. 5. Социальные предубеждения как вид социальной установки	2		4		Устный опрос. Защита учебных заданий.
3.8	**Просоциальное и агрессивное поведение.** 1. Феномен просоциального поведения: теоретические подходы 2. Социализация альтруистического поведения и ее особенности. 3. Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения 4. Условия снижения агрессивности.	2		4		Устный опрос. Защита индивидуальных заданий
3.9	**Общение как организация и процесс взаимодействия между субъектами** **1.** Общение как социально-психологическое понятие **2.** Общение как организация и процесс взаимодействия между субъектами (интерактивная сторона общения). 3. Стратегии взаимодействия. **4.** Межличностный конфликт и его характеристика.	2		2		Устный опрос.
3.10	**Общение как обмен информацией между субъектами** 5. Коммуникация как процесс установления контактов между субъектами взаимодействия. 6. Модель коммуникативного процесса	2	-	2		Устный опрос.

	Г. Лассуэлла. 7. Средства коммуникации. 8. Коммуникативные барьеры					
3.11	**Общение как процесс восприятия и познания людьми друг друга.** 5. Понятие о социальной перцепции. 6. Механизмы взаимопонимания и установления эмоциональных отношений. 7. Эффекты восприятия и познания в процессе общения	2	-	2		Устный опрос.
3.12	**Малая группа как социально - психологический феномен** 9. Понятие малой группы, ее отличительные признаки и виды 10. Структура малых групп. 11. Формирование и развитие малой группы 12. Групповая сплоченность	2		4	-	Устный опрос. Защита индивидуальных заданий.
3.13	**Взаимодействие индивида и малой группы. Феномены малой группы.** 1. Феномены малой группы и их характеристика. 2. Феномен группового давления. 3. Лидерство в малой группе	2	-	2	-	Устный опрос
3.14	**Психология больших социальных групп** **1.** Большая социальная группа как социально-психологический феномен **2.** Социально-психологические механизмы взаимодействия людей в толпе **3.** Слухи как социально-психологические феномен **4.** Паника как социально-психологические феномен.	2	-	2		Проверочная контрольная работа
3.15	**Современные проблемы прикладной социальной психологии** 1. Специфика прикладного исследования в социальной психологии 2. Традиции социальной психологии в анализе проблем управления и промышленного производства 3. Прикладные исследования в области политической психологии **4.** Массовая коммуникация и реклама.	-	-	2	2	Защита рефератов
	Всего	**24**	**-**	**38**	**6**	Экзамен в 4 семестре

4.2 Список рекомендуемой литературы

Основная

2Андреева, Г. М. Социальная психология : учебник для высш. учеб. заведений / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 376 с .

3 Бодалев, А.А. Восприятие и понимание человека человеком / А.А. Бодалев. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 200 с.

4 Бэрон, Р.С. Социальная психология: ключевые идеи / Р.С. Бэрон, Б. Джонсон, Д. Бирн**. 4-е изд.** – СПб: Питер, 2003. – 512 с.

5 Кричевский, Р.Л. Психология малой группы: теоретический и прикладной аспекты / Р.Л. Кричевский, Е.М. Дубовская. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 207 с.

6 Кэмпбелл, Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях / Д. Кэмпбелл. – СПб.: Социально-психологический центр, 1996. – с.

7 Общественное животное. Исследования / Под ред. Аронсона Э. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – Т.1. – 448 с. – Т.2. – 352 с.

8 Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб, Издательство «Питер», 2000. – 528 с.

9 Перспективы социальной психологии / редакторы-составители: М.Хьюстон, В.Штребе, Дж.М. Стефенсон. - М. : ЭКСМО – Пресс, 2001.– 688 с.

10 Современная зарубежная социальная психология. Тексты. / Под ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. М.: Изд-во Москов. ун-та, 1984. – 256 с.

11 Социальная психология / Под. ред. С. Московичи. – СПб.: Питер, 2006. – 592 с.

12 Социальная психология: хрестоматия / Сост. Белинская Е.Д., Тихомандрицкая О.А. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 471 с.

13 Социальная психология: учебное пособие / Отв. Ред. А.Л. Журавлев. – М.: ПЕР СЭ, 2002. – 351 с.

14 Тернер, Дж. Социальное влияние / Дж. Тернер. – СПб.: Питер, 2003. –256 с.

15 Шихирев, П.Н. Современная социальная психология / П.Н. Шихирев.– М.: ИП РАН, 1999. – 488 с.

16 Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учебное пособие / В.А. Янчук. — Мн.: Асар, 2005. — 767с.

Дополнительная

17 Андреева, Г.М. Психология социального познания: учебное пособие для вузов / Г.М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 288 с.

18 Андриенко, Е.В. Социальная психология: Учеб. Пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Е.В. Андриенко. – М.: Издательский центр «Академия», 2000. – 264 с.

19 Аронсон, Э. Общественное животное: введение в социальную психологию / Э.Аронсон. - М. : Аспект Пресс, 1998. – 517 с.

20 *Аронсон, Э. Социальная психология. Психологические* законы поведения человека в социуме / Э. *Аронсон, Т. Уилсон, Р. Эйкерт*. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 560 с.

21 Бандура, А. Теория социального научения / А. Бандура. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 320 с.

22 Бандура, А. Подростковая агрессивность. Изучение влияния воспитания и семейных отношений / А.Бандура, Р. Уолтерс. – М.: Апрель Пресс, Изд-во ЭКСМО-Пресс, 1999. – 512 с.

23 Белинская, Е.П. Социальная психология личности: Учебное пособие для вузов / Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М: Аспект Пресс, 2001. – 301 с.

24 Бергер, П. Л. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / П.Л. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.

25 Берковиц, Л. Агрессия: причины, последствия и контроль /Л.Берковитц. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 512 с.

26 Бернс, Р. Развитие Я-концепции и воспитание / Р. Бернс. - М.: Прогресс, 1986. – 420 с.

27 Берон, Р. Социальная психология группы: процессы, решения, действия / Р. Берон, Н. Керр, Н. Миллер. — СПб.: Издательство «Питер», 2003. — 272 с.

28 Бехтерев, В.М. Избранные труды по социальной психологии /В.М. Бехтерев. – М.: Наука, 1994. – 400 с.

29 Битянова, М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей: учеб. пособие / Р.М. Битянова. - М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 576 с.

30 Введение в практическую социальную психологию./ Под ред. Ю.М. Жукова, Л.А. Петровской и О.В. Соловьевой. - М.: Смысл, 1996. – 373 с.

31 Высоков, И. Е., Люсин, Д. В. Внутренняя структура естественных категорий: типичность //Психологический журнал. – 1998. – Т. 19. – № 6. – С. 103-111.

32 Голдберг, Л. Р., Шмелев, А. Г. Межкультурное исследование лексики личностных черт: "Большая пятерка" факторов в английском и русском языках // Психол. журнал. – 1993. – №4. – С. 32-39.

33 Гришина, Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 464 с.

34 Гришина, Н.В. Психология социальных ситуаций: хрестоматия / Н.В. Гришина. – СПб.: Издательство «Питер», 2001. – 416 с.

35 Социально-политическая психология / Г.Г. Дилигенский. - М.: Новая школа, 1996. – 352 с.

36 Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. - СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 448 с.

37 Идентичность: хрестоматия /сост. Л.Б. Шнейдер. – М.: Изд-во Москов. психол.-соц. института, 2003. – 272 с.

38 История психологии (10-ые – 30-ые годы. Период открытого кризиса): тексты. – М.: МГУ, 1992. – 364 с.

39 Капрара, Дж. Психология личности / Дж. Капрара, Д. Сервон. – СПб.: Издательство «Питер», 2003. – 640 с.

40 Квале, С. Исследовательское интервью / С.Квале. – М.: Смысл, 2009. – 301 с.

41 Келли, Дж. Теория личности. Психология личностных конструктов /Дж. Келли. – СПб: Речь, 2000. – С. 128.

42 Козелецкий, Ю. Психологическая теория принятия решений / Ю.Козелецкий. – М.: Прогресс, 1979. – 504 с.

43 Коломинский, Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах / Я.Л. Коломинский. – Мн.: НТОО «ТетраСистемс», 2001. – 431 с.

44 Кон, И.С. В поисках себя: Личность и ее самосознание /И.С. Кон. – М., 1984. – 333 с.

45 Кон, И.С. Дружба. Этико-психологический очерк / И.С. Кон. - М.: Политиздат, 1989. – 350 с.

46 Крысько, В.Г. Социальная психология : курс лекций / В.Г. Крысько. – М. : Рмега-Л, 2006. – 352 с.

47 Крэйхи, Б. Социальная психология агрессии / Б. Крэйхи. – СПб.: Издательство «Питер», 2003. – 336 с.

48 Куницына, В.Н. Межличностное общение. Учебник для вузов / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Издательство «Питер», 2001. – 544 с.

49 *Лабунская, В.А. Экспрессия человека*: общение и межличностное познание / *В.А. Лабунская*. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. 608с.

50 Лебедев-Любимов, А. Психология рекламы / А. Лебедев-Любимов. – СПб.: Издательство «Питер», 2002. – 368 с.

51 Лебон, Г. *Психология толп / Г. Лебон*. – М.: *Институт психологии* РАН; КСП+, 1998. – 416 с.

52 Левин, К. Разрешение социальных конфликтов / К. Левин. – СПб: Речь, 2000. – 408 с.

53 Левин, К. Теория поля в социальных науках / К. Левин. – СПб: Речь, 2000. – 368 с.

54 Лоренц, К. Агрессия /К. Лоренц. - М.: Прогресс, 1994. – 272 с.

55 Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб. : Питер Ком, 1998. – 688 с.

56 Меграбян, А. Психодиагностика невербального поведения /А. Меграбян. - СПб.: Речь, 2001. – 256 с.

57 Милгрем, С. Эксперимент в социальной психологии / С. Милгрем. – СПб. : Питер, 2000. – 336 с.

58 Московичи, С. Век толп: исторический трактат по психологии масс /С. Московичи. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. – 478 с.

59 Московичи, С. Социальное представление: исторический взгляд //Психол. журнал. – 1995. – №1. – С. 3-18; №2. – С.3-14.

60 Парыгин, Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории / Б.Д. Парыгин. – СПб: ИГУП, 1999. – 592 с.

61 *Парыгин, Б.Д. Социальная психология /Б.Д.* Парыгин. – СПб: ИГУП, 2003. – 616 с.

62 Пиппо, Л. Социальная психология / Л. Пиппо, Ш. Тейлор, Д. Сирсю. – СПб: Издательство «Питер», 2003. – 768 с.

63 Платонов, Ю.П. Основы социальной психологии / Ю.П. Платонов. – СПб. : Речь, 2004. – 624 с.

64 Поттер, Дж. Дискур-анализ как метод исследования естественно протекающей речи //Иностранная психология. – 1998. – №10. – С. 36-45.

65 Почебут, Л.Г. Социальная психология толпы /Л.Г. Почебут. - СПб.: Речь, 2004. - 240с.

66 Прикладная социальная психология /Под ред. А.Н. Сухова и А.А. Деркача. - М., Воронеж, 1998. – 688 с.

67 Психология самосознания: Хрестоматия / Ред.-сост. Д.Я. Райгородский. – Самара: Издательский дом «Бахрах-М», 2000. – 672 с.

68 Райгородский, Д. Я. Психология и психоанализ власти: хрестоматия / Д. Я. Райгородский. – Самара: Издат. дом «Бахрах», 1999.– Т.1-608 с., Т.2.-576 с.

69 Ришар, Ж. Ф. Ментальная активность. Понимание, рассуждение, нахождение решений /Ж.Ф. Ришар. – М.: Институт психологии РАН, 1998.– 230 с.

70 Росс, Л. Человек и ситуация. Перспективы социальной психологии / Л. Росс, Р. Нисбетт. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 429 с.

71 Солсо, Р.Л. Когнитивная психология /Р.Л.Солсо. – М.: Тривола, 1996. – 600 с.

72 Тард, Г. Психология толп. Мнение и толпа /Г.Тард. – М.: Институт психологии РАН, КСП+, 1999. – 416 с.

73 Трусов, В.П. Социально-психологические исследования когнитивных процессов /В.П.Трусов. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1980. – 144 с.

74 Фестингер, Л. Теория когнитивного диссонанса / Л. Фестингер. – СПб: Речь, 2000. – 318 с.

75 Филипс, Л. Дискурс-анализ. Теория и метод / Л. Филипс, М.В. Йоргенсен. – Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2004. –336 с.

76 Фурманов, И.А. Агрессия и насилие: диагностика, профилактика и коррекция / И.А. Фурманов. – СПб. : Речь, 2007. – 480 с.

77 Хекхаузен, Х. Мотивации и деятельность. 2-е изд. – СПб.: Издательство «Питер», 2003. – 864 с.

78 Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 272 с.

79 Шевандрин, Н.И. Социальная психология в образовании. Ч.1. Концепции и прикладные основы социальной психологии / Н.И.Шевандрин. – М.: ВЛАДОС, 1995.–544 с.

80 Шибутани, Т. Социальная психология /Т. Шибутани. – М.: Феникс, 1998. – 544 с.